UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE LENGUAS, LITERATURA Y COMUNICACIÓN
CARRERA DE PERIODISMO

Periodismo poblacional escrito: una alternativa para la entrega informativa adaptada a la realidad particular del sector poblacional Santa Rosa de Temuco.

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesista : Francisco Reyes Castro

Profesor Patrocinante: Manuel Ortíz Veas
Profesor Co-Patrocinante: Carlos del Valle Rojas.

TEMUCO, MARZO DE 1999.

Al final de este viaje...

Sólo me queda agradecer a mi familia, en especial a mis padres , que con su apoyo y confianza me dieron las armas para llegar hasta esta tan ansiada meta, y a Sandrita, mi compañera incondicional que con su constante aliento y paciencia me dio la fuerza necesaria para culminar con éxito esta apasionante investigación.

RESUMEN

Actualmente, el informar, orientar, educar y entretener parecen ser objetivos olvidados por los medios de comunicación, sobre todo al pensar en la realidad particular de las poblaciones periféricas de nuestra sociedad.

El sistema mercantil del que ahora forman parte, ha provocado que los medios no consideren en relación a sus contenidos, a los sectores poblacionales, que en un permanente aislamiento ven con dificultad su organización interna e integración al sistema social global.

Dada esta realidad, concebir un periódico poblacional que se transforme en un nexo de comunicación e información para sus habitantes puede considerarse una alternativa frente a estos medios tradicionales que han supeditado su función social al sistema del mercado.

La presente investigación pretende establecer las bases que expliquen y fundamenten la existencia de este medio escrito, a través del estudio del sector poblacional Santa Rosa de Temuco.

INDICE

		Páginas
Introducción		**1**
I.	**Marco de Antecedentes**	**2**
II.	**Planteamiento del Problema Específico**	**15**
	2.1. Objetivos	16
	2.2. Preguntas de Conocimiento	1
	2.3. Hipótesis	18
III.	**Marco Teórico**	**19**
	3.1. ¿Por qué es necesario un periódico poblacional?	19
	3.2. Las funciones del periodismo popular	21
	3.3. Problemas prácticos a resolver en la realización de un periódico popular	25
IV.	**Metodología General**	**33**
	4.3. Métodos	34
	4.4. Instrumentos	35
	4.4.1. Encuesta	35
	4.4.1.1. Características de la Aplicación	38

4.4.2. Entrevista Focal de Realización Grupal 45

4.4.2.1. Características de la Aplicación 46

4.5. Procedimiento 48

4.6. Población y Muestra 49

4.6.1. Población 49

4.6.2. Muestra 52

V. Tabulación 53

5.3. Encuesta 53

5.4. Entrevista focal de Realización Grupal 66

VI. Discusión y Conclusiones 75

Bibliografía 89

INTRODUCCIÓN

Ante la ausencia de medios escritos que tengan como función el vincular a los sectores poblacionales de acuerdo a sus intereses y necesidades comunes, y al mismo tiempo integrarlos a la sociedad global, un periódico poblacional puede transformarse en un real aporte en la tarea de contribuir a mejorar el nivel de información, organización y acción de estos sectores, muchas veces "olvidados" por el sistema social.

En base a esta realidad, la presente investigación pretende establecer las bases teóricas y empíricas que expliquen y fundamenten la existencia de este medio escrito, a través del estudio de las características particulares del sector poblacional Santa Rosa de Temuco.

Lo que se pretende es proponer un modelo de periódico poblacional en orden a satisfacer las necesidades informativas del sector en estudio y que éste sea un aporte para desarrollar un proyecto que ponga en marcha medios informativos que intenten, bajo sólidas bases, alcanzar formas de amplia participación en la elaboración , recepción y retroalimentación de los mensajes.

I. MARCO DE ANTECEDENTES

En nuestra sociedad, los medios de comunicación escritos han olvidado o más bien han dejado de lado su misión de informar, orientar, educar y entretener a los sectores poblacionales periféricos.

Estos sectores se encuentran actualmente sin ningún medio que considere, en relación a los contenidos informativos que entregan, la importancia que tiene para las poblaciones que exista un mecanismo de información que logre, entre otros objetivos, mejorar su capacidad de organización interna.

Las poblaciones periféricas constituyen una sociedad menor que, sin un poder de comunicación que se transforme en el principal vínculo de información y comunicación entre sus integrantes, y al mismo tiempo con la sociedad, se les hace dificultosa la organización, el proponer proyectos de mejoramiento en los distintos ámbitos de su existencia como comunidad y el recibir la adecuada orientación respecto a temas de importancia específica con sus características de vida.

Marcelino Bisbal, en su trabajo Perspectivas de La Comunicación Alternativa en *Estudios de Comunicación Social*, plantea que "Sindicatos, gremios, asociaciones vecinales, juntas de defensa y mejoramiento, grupos culturales, organizaciones religiosas, partidos minoritarios, organizaciones de consumidores, tribus indígenas, etc., sin medios de transmisión propios y sin recursos económicos para hacerse oír por la colectividad nacional, mendigan resquicios comunicativos, sin alternativas para expresar sus necesidades sociales y sus propuestas". (Díaz et al, 1987, pág 130)

Una de las causas de lo anterior, según explica Fernando Reyes Matta, investigador, Director de la División de Estudios de la Comunicación del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), es que el modelo de comunicación creado por el sistema transnacional tiene como meta principal el incremento del mercado.

Esta meta del sistema hace que los medios de comunicación sean permanentemente evaluados no en cuanto a su calidad, sino en cuanto a su capacidad de audiencia o compradores. Así, los "raytings" se convierten en una determinante orientadora del quehacer comunicativo. Gerentes y

directores de emisoras y periódicos, concebidos en el modelo capitalista de explotación industrial de la información, viven en una permanente dependencia de lo que esos "raytings" indican.

Además, la relación que existe entre los medios de comunicación y los receptores dista mucho del proceso de participación y de interacción, lo cual indiscutiblemente obedece al fenómeno mercantil, tal como lo indica Reyes Matta:

"Los rayntings han creado un fenómeno en el cual la participación de los receptores del mensaje -el público en general- sólo está remitida a la compra del periódico o revista, o al gesto aún más simple de encender o apagar el televisor o la radio. Se ha llegado a un mecanismo de relación en que los medios de comunicación masiva actúan ejerciendo un dominio sobre los grandes sectores sociales que reciben los programas, las noticias, la música en el ámbito de la individualidad desvinculados del resto, ajenos a un proceso de participación. En la misma forma que el capitalismo promueve el consumo individualista y desarticula la participación permanente y colectiva de todos los sectores en el proceso productivo, genera un sistema comunicativo cada

vez más atomizador de la sociedad, más enajenante". (Simpson et al, 1989, págs 116-117)

Reyes Matta afirma que la comunicación transnacionalizada (ya sea de transnacionales o de sectores nacionales a su servicio) es no participativa por definición, por ser parte y expresión de un modelo de desarrollo que promueve la individualidad y no el debate colectivo. "Esto nos lleva, por oposición, a sostener que la comunicación creada dentro de ámbitos políticos y sociales realmente participativos tiene, como meta ineludible de su proceso de desarrollo, alcanzar formas de amplia y rica participación en la elaboración, recepción y retroalimentación de los mensajes". (Simpson et al, 1989, pág 117)

En América Latina han surgido innumerables experiencias de comunicación alternativa y por ende de Periodismo Alternativo. El contexto histórico y socio-cultural de estos países ha llevado a que este surgimiento se produzca como reacción a determinados factores como lo son el monopolio informativo y el autoritarismo ideológico, además de considerar la lógica mercantil que hoy siguen todas las empresas.

"Se considera que la comunicación alternativa surge como respuesta a la modalidad transnacional y al carácter intrínsecamente unidireccional y autoritario de los medios masivos, cuya propia estructura tecnológica constituiría - según posiciones más extremas - un obstáculo insoslayable para su incorporación a procesos democráticos y participativos. En otros casos, se supone que este carácter antidemocrático no es inherente al factor tecnológico sino que deriva de su posesión monopólica por parte de las clases dominantes y de su racionalidad mercantil; es decir, del modelo comunicacional mismo, modelo transnacional exportado por los países centrales a las áreas periféricas". (Simpson et al, 1989, págs 32-33)

En este contexto, construir o concebir nuevas formas de medios de prensa escrita puede considerarse una alternativa frente a esta empresa comercial que ha supeditado la función social de las comunicaciones al sistema de mercado.

"Los objetivos de estas nuevas formas de propiedad estarán relacionados con objetivos de información veraz y formación también alternativa, los cuales han sido suplantados por el de la diversión espectacular y la

persuasión comercial-ideológica. Esta última idea implica nuevos propósitos de la comunicación-información como bien colectivo, social, común en última instancia". (Díaz, et al, 1986, págs. 124-125)

Se trata de priorizar, por sobre cualquier cosa, la participación social del receptor o público consumidor. No una participación mediada por un rayting o survey, o perfil de lectores, sino una participación en donde el público se vea representado como protagonista social de los procesos, a través de sus propios códigos de identificación y reconocimiento. Un público capaz de reflexionar críticamente sobre todos los signos comunicacionales que se le ofrecen y se le venden.

Dada esta realidad y esta propuesta de cambio, la cual se profundizará desde una perspectiva local para el sector poblacional periférico Santa Rosa de Temuco, se hace necesario definir concretamente a qué se refiere el concepto de Comunicación Alternativa.

Diversos autores apuntan a emitir sus definiciones presentes en *Comunicación Alternativa y Cambio Social* de Máximo Simpson , siendo éstas las bases que sustentarán la presente investigación :

Reyes Matta define Comunicación Alternativa como toda forma de comunicación que emerge como respuesta al sistema dominante, cuyos centros de poder se asientan en los países capitalistas occidentales y cuya expresión es una permanente expansión de tipo transnacional. Esto implica que, de una u otra forma, las experiencias de comunicación alternativa se inscriben en el proceso de liberación de los pueblos y en la promoción de una democratización efectiva. (Simpson et al, México 1989, pág 122)

Al mismo tiempo, Diego Portales, economista, coordinador de investigaciones del Centro de Estudios Económicos y Sociales VECTOR, Santiago, Chile, e Investigador del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México, señala que "los rasgos distintivos de la comunicación alternativa, definidos positivamente, serían la propiedad de organizaciones sociales, producción artesanal de mensajes, flujos horizontales multidireccionales de comunicación, acceso amplio de sectores sociales a la

emisión y transmisión de contenidos favorables al cambio". (Simpson et al, México 1989, pág 33)

Por su parte, Ego Alter Sum, profesor e investigador en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Estocolmo (Suecia) e investigador asociado del Instituto de Estudios Latinoamericanos de la misma universidad, concluye en su trabajo "Sobre la Autoconciencia y la Comunicación Alternativa en un Proceso de Transición", que "Alternativos" son los medios o sistemas de comunicación que incorporan nuevos actores, nuevas voces, al diálogo colectivo (o polílogo) que ocurre en la sociedad.

Según el autor, los contenidos de la comunicación alternativa representan una recodificación de la realidad conforme al sentido que de ésta produce el nuevo sujeto colectivo.

" Este proceso de recodificación es la base de la renovación del lenguaje social (...). Quienes pugnan por la comunicación alternativa exigen en realidad la realización de su propio derecho a tener voz pública" (Simpson et al, México 1989, pág 137)

En nuestra realidad temuquense, puede afirmarse que El Diario Austral de Temuco, como único medio escrito masivo que actualmente puede considerar a los sectores poblaciones periféricos dentro del contenido de sus páginas, por definirse como un medio local, no lo realiza, por lo cual estos sectores no se transforman en un público potencial ni mucho menos en actores de la actual sociedad regional o local que delimita el diario.

Así, resulta imposible e ilógico creer que los sectores poblacionales periféricos, considerando su realidad socio-económica y a la vez su nula presencia dentro del diario, vean satisfechas sus necesidades de información y se identifiquen con este medio. Al mismo tiempo, con estas circunstancias, también es difícil pensar que estos sectores son considerados como público-lector del medio en cuestión y por ende clientes-consumidores del diario.

Quizás con una simple mirada al contenido de este medio escrito local, puede visualizarse que la presencia del "mundo" poblacional de la ciudad está ausente en el producto-diario, en relación a sus actividades, sus proyectos y en general su vida.

Una experiencia que pretendió resolver la problemática que se plantea, fue la realizada por El Diario Austral de Osorno, el cual, dentro de las características diferenciadoras con el diario temuquense, creó y mantuvo en circulación por más de tres años (1995-comienzos del 98) un periódico popular o semanario de nombre "Area Oeste", destinado a informar a un sector de la ciudad que puede denominarse como periférico.

Las características particulares del sector el cual abarcó este semanario, son principalmente el que éste está ubicado al oeste de la ciudad, contiene más de la mitad de los habitantes de Osorno, una clara identificación con su sector por parte de los pobladores y una sólida base organizacional de acuerdo a sus intereses y necesidades como lo son por ejemplo, las instituciones de apoyo tanto públicas como privadas (Servicios de Salud, Carabineros, Bomberos, etc) las juntas vecinales, los comités de adelanto, las asociaciones y clubes deportivos, etc.

Este sector oeste, que en la realidad se divide en tres, Rahue, Franke y Ovejería, está compuesto por habitantes de diferentes características socio-económicas.

Se puede apreciar una clara división de los sectores poblacionales, organizados y agrupados por las diferentes realidades y condiciones económicas. Así, existen en este sector, poblaciones de estrato social medio, medio-bajo, bajo y también realidades de marginalidad económica presentes en campamentos, donde la pobreza es extrema.

De este modo, el semanario Area Oeste pasó a constituirse desde su creación en 1995, en el principal medio de información para este gran sector y en una herramienta útil, para vincular a sus habitantes respecto a las actividades sociales, propuestas, trabajos, adelantos, y todo el acontecer local relacionado directamente con sus habitantes.

Así, los realizadores de este semanario trabajaron orientados a realizar un periodismo alternativo fuera del esquema formal del la empresa comunicacional a la que pertenecen, visualizando e identificando los principales temas de interés para esta realidad particular, para luego elaborar trabajos periodísticos segmentados en secciones tales como crónicas respecto al desarrollo poblacional local; de salud, con información de cómo prevenir

las enfermedades más comunes; policiales para prevenir delincuencia y accidentes; y deporte, relacionados con el mundo deportivo del sector.

De esta forma, dicha manifestación de periodismo alternativo se trasformó en un agente de socialización del sector oeste de Osorno entregando contenidos que pueden calificarse "de importancia" para el sector poblacional antes mencionado.

Aquí, el protagonista de la noticia era el propio poblador, ya sea como fuente informativa, agente del mensaje o público-lector. El producto final de este periódico semanal que contenía doce páginas, estaba destinado a informar a la comunidad Oeste acerca de su realidad local específica, por lo que sus lectores se identificaron con el medio produciendo la retroalimentación; elemento fundamental y tan ausente dentro de la realidad del medio y las poblaciones temuquenses.

En base a esta realidad, que no es lejana en cuanto a las condiciones en que se ejecutó desde 1995 hasta abril de 1998 este tipo de periodismo, y ante la ausencia de un medio escrito destinado a transformarse en un nexo de

comunicación e información como eje de socialización generador de desarrollo para el sector poblacional periférico Santa Rosa de Temuco, se plantea el interés y la necesidad de estudiar la posibilidad de proponer un modelo de periodismo alternativo para Santa Rosa, que sirva de marco de referencia para la construcción de nuevos medios alternativos para otros sectores poblacionales periféricos.

La utilidad del estudio radica en que, ante la ausencia de medios escritos alternativos que tengan como función el informar a los sectores poblaciones periféricos de la ciudad de Temuco, éste pretende ser un aporte para desarrollar un proyecto que ponga en marcha medios informativos alternativos que intenten, bajo bases sólidas, alcanzar formas de amplia y rica participación en la elaboración recepción y retroalimentación de los mensajes.

Al mismo tiempo la puesta en marcha de este medio destinado al sector antes mencionado, pretende lograr que el público se vea representado como protagonista del contexto social que crea el medio, a través de sus propios códigos de identificación y reconocimiento.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA ESPECÍFICO

Dada las características de los medios de comunicación escritos presentes en la realidad local y ante la ausencia de un periódico que se transforme en un vínculo de comunicación e información para el sector poblacional Santa Rosa de Temuco, el problema específico de esta investigación se plantea de la siguiente forma:

¿Qué bases teóricas y empíricas explican y fundamentan la existencia de un medio escrito destinado al sector poblacional periférico Santa Rosa de Temuco?

2.1. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Proponer un modelo de periódico alternativo en orden a satisfacer las necesidades informativas del sector poblacional periférico Santa Rosa de Temuco, con base en antecedentes teóricos y empíricos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Profundizar teóricamente en relación a los elementos de estructuración de un periódico alternativo poblacional.
2. Identificar las necesidades e intereses de la población Santa Rosa de Temuco, en relación a la información que les podría aportar un medio escrito.
3. Identificar los nexos de comunicación poblacional al interior del sector Santa Rosa de Temuco.
4. Identificar con qué aspectos de su vida como comunidad se identifican los habitantes del sector Santa Rosa de Temuco.

2.2. PREGUNTAS DE CONOCIMIENTO

1. ¿Cuáles son las necesidades informativas que identifican para su sector, los líderes poblacionales del sector Santa Rosa de Temuco?

2. ¿Qué intereses informativos tienen habitantes del sector poblacional periférico Santa Rosa de Temuco?

3. ¿Cuáles son los niveles de alfabetismo que tienen los habitantes del sector poblacional periférico Santa Rosa de Temuco?

4. ¿Cuáles son los nexos de comunicación poblacional existentes al interior del sector poblacional periférico Santa Rosa de Temuco ?

5. ¿Cuáles son los elementos periodísticos que se deben considerar para la construcción de un medio escrito alternativo destinado a informar a un sector poblacional periférico?

2.3. HIPOTESIS

1. Las necesidades informativas del sector poblacional Santa Rosa de Temuco están relacionadas con conocer aspectos de la cotidianidad de las organizaciones de su propio sector.

2. Los elementos periodísticos a considerar para la construcción de un medio escrito destinado a informar al sector poblacional periférico Santa Rosa de Temuco, están determinados por las características de los potenciales lectores.

III. MARCO TEÓRICO

3.1. ¿Por qué es necesario un periódico poblacional?

Es claro que los medios de comunicación construyen una realidad. Esto lo indican diversos autores siendo los más claros en su planteamiento los teóricos Rodrigo Alsina y Lorenzo Gomis (textos en bibliografía). De acuerdo a este planteamiento, la creación de un medio de comunicación destinado a los sectores poblacionales se hace fundamental. Razones y argumentos para fundamentar lo anterior hay muchas.

Sin embargo, para la presente investigación sólo basta señalar que la existencia de un medio de comunicación, tal como su nombre lo indica, se transforma en un vínculo para las personas a las cuales está dirigido. Este vínculo y nexo de interacción entre las personas con intereses y necesidades similares puede tener diversos objetivos, siendo el del presente estudio el potenciar la capacidad de organización de un sector poblacional determinado.

Esto se vincula a la idea que los medios masivos de comunicación de masas están controlados por un complejo industrial-ideológico destinado a ganar dinero y a perpetuar el estado actual de cosas. Es la característica de los medios de comunicación tradicionales, o también llamada la "prensa grande".

Estas empresas de comunicación muchas veces no consideran dentro de su público objetivo a los sectores poblacionales. Las razones están demás mencionarlas. Es más, cuando un sector popular es considerado dentro de las páginas de estos medios de comunicación, el proceso se vuelve lineal, autoritario y no hay muestras de retroalimentación.

Aquí el periodista realiza una interpretación de un hecho ocurrido en el sector y ésta es comunicada al público lector del medio, pero jamás pensando en informar al propio sector protagonista. El "feed –back" es inexistente.

Según el Centro de Estudios Latinoamericanos de Comunicación , CELADEC, en el periodismo del pueblo, emisores y receptores son sujetos. Es un periodismo hecho por el pueblo y para el pueblo mismo. Las informaciones que vehículiza representa los intereses de los oprimidos ,

resultan de su práctica social, dan cuenta de las alternativas de su lucha por la liberación. Así, el fin primordial de los medios de comunicación de masas cambia, en la medida que el pueblo es emisor y no simple receptor.

En este sentido , el término popular nos indica que es la voz del pueblo la que se deja oír a través de esa prensa. Es su voz de denuncia, de protesta y de esperanza, Y es precisamente por ello, que la prensa popular es un instrumento de lucha ideológica.

3.2. Las funciones del periodismo popular

El periodismo popular es un periodismo creado por el pueblo, sin que ello excluya la asistencia técnica en los aspectos formales de su realización. En este sentido debiera, según estudios contemplados en el texto Periodismo Popular de Ezequiel Ander- Egg, cumplir tres funciones fundamentales:

2.1. Función Formativa:

La información del periódico popular debe ayudar a la gente a situarse para comprenderse y comprender. Comprenderse es captar las necesidades más hondas como persona, y comprender es saber entender a su tiempo y a su mundo; y esto va más allá de la información: se trata de situarse históricamente como parte de un proceso. Por lo tanto debe conocer los hechos desde la perspectiva de sus propios y auténticos intereses, y debe ser un conocimiento que motiva a actuar transformadoramente sobre la realidad. Para ello, señala Ander-Egg, los mensajes de un periódico popular deben "expresar las condiciones reales de su situación e interpretar su problemática de clase".

Por lo anterior, el ciudadano debe tener conocimiento de aquellas noticias contingentes o permanentes que les ayuden a ser sujetos activos, conscientes y responsables de una sociedad libre, democrática y pluralista. Es decir, aquella información indispensable para ser sujetos responsables y el conocimiento de todos aquellos acontecimientos contingentes o permanentes

que inciden en los procesos que están viviendo los ciudadanos de forma que puedan llevarlos a cabo de una forma consciente, activa y responsable.

2.2. Función formativa-educativa

El autor plantea que esta función no debe ser considerada como un elemento compensador de conocimientos no adquiridos en la educación formal. Aquí la función formativa-educativa que se atribuye al periodismo popular debe extenderse en el sentido de proporcionar elementos para la reflexión crítica de la realidad y ésto, mediante el desmontaje de los mecanismos de encubrimiento de la realidad, de modo que sea posible tomar posición frente a la realidad en la que se está inmerso y hacerse responsable de su propio destino.

Por otra parte, el hecho de que la gente pueda participar en el periódico, desde escribir un artículo, redactar una carta, hacer ilustración o simplemente haciendo sugerencias y observaciones críticas, es por sí misma una tarea altamente educativa y formativa. Además, en esta tarea de tener que

elaborar las propias convicciones , opiniones y reflexiones, se aprende a pensar y a presentar de manera más sistematizada el propio pensamiento.

2.3. Función movilizadora-organizadora

Según Ander-Egg, no basta con estar informado: el ciudadano actual sufre el síndrome de la información: "todo lo saben pero no hacen nada". Un periódico popular debe ayudar a la tarea de movilización, es decir, de poner a la gente en estado de deliberación para que puedan expresar sus opiniones, y en ese expresarse vayan descubriendo y comprendiendo cuáles son las causas que impiden realizarlo.

Para ello, también es necesario organizarse para defender sus intereses mediatos e inmediatos y emprender las acciones y actividades que implican una intervención en el dinamismo de la vida social y en la solución de los problemas que se confrontan. Es por esta razón que se puede plantear que el periódico popular cumple una función organizadora y movilizadora. El periódico sirve para orientar las discusiones, decidir rumbos de acción, provocar y propagandizar esas acciones. Pero, tal como señala el autor, el

pueblo no se moviliza con consignas que vienen desde arriba, "consignas que reanudan el esquema autoritario". A través de la prensa popular el pueblo es quien moviliza al pueblo.

3.3. Problemas prácticos a resolver en la realización de un periódico popular

Al gestionar la iniciativa de crear un periódico poblacional se deben tomar en consideración algunos aspectos básicos que serán determinantes en la concreción y éxito de la misma.

Constitución del equipo:

Conviene siempre designar un coordinador o responsable del periódico, pero sin dudar que la realización de un periódico, es sobre todo una tarea de equipo. Y de un equipo que alienta la mayor participación posible de la gente.

Formato y diseño o diagramación:

Aún utilizando las formas más sensibles y baratas hay que poner particular atención a la diagramación: un periódico se hace para que sea leído, y es leído si su presentación invita y facilita la lectura.

Título de la publicación:

Es conveniente que el título sea elegido en una reunión en la que participe la mayor cantidad de gente posible entre los reales o potenciales destinatarios del periódico. Que el nombre, que será la marca o sello del periódico, sea producto de una colectividad que luego podrá sentirlo como propio.

Materiales y temas que tratará el periódico:

Los temas han de estar directamente relacionados con los destinatarios del periódico. Sin necesidad de ser muy estrictos es útil establecer de antemano los porcentajes temáticos: por ejemplo 30 % a noticias, 25% a material educativo, 20 % artículos y entrevistas sobre problemas del sector, 5 % a amenidades y entretenimientos.

Frecuencia de la publicación:

La frecuencia depende de tres factores: equipo humano disponible, medios técnicos que se pueden utilizar y capacidad económica del grupo y organización.

Medios de impresión:

Existen diferentes medios de impresión. De ordinario la elección del medio de impresión depende de las disponibilidades económicas.

Tiraje y distribución:

Cuando se decide sacar un periódico popular, hay que estudiar detenidamente la cantidad de ejemplares que han de imprimirse. Esta decisión hay que tomarla apoyados en datos objetivos. Para ello hay que hacer un cálculo teniendo en cuenta:

- Número de posible lectores y/o suscriptores.
- Número de personas que no son futuros lectores, pero a quienes conviene hacerle conocer la publicación.

- Ejemplares destinados a ser enviados a bibliotecas, ayuntamientos, organizaciones similares a la que edita el periódico, centros de información, etc.
- Ejemplares destinados a ser enviados a periódicos locales regulares y nacionales de gran circulación.

De lo que se trata, dentro de las posibilidades financieras de la organización responsable de la publicación y que se supone son limitadas, es de tener presencia. Aunque la publicación sea modesta, tiene que hacer un esfuerzo de presencia inquietadora de conciencias. En este punto también hay que resolver acerca de la forma de hacer la distribución: venta directa, servicio puerta a puerta, envío por correo, etc...

Difusión:

Esta tarea es algo más que la tarea de distribución. Se trata de extender y propagar el periódico. De hacerlo útil como instrumento de diálogo y reflexión.

La acción de difundir el periódico está estrechamente ligada a la tarea de promover la participación de la gente para que el periódico sea efectivamente algo de ellos.

Precio de la publicación:

Ante todo hay que decidir si se fija o no un precio a la publicación; esto es, si se vende o se regala. Si se fija un precio, éste debe ser acorde a las posibilidades financieras de los lectores potenciales. También se puede recurrir a suscripciones de ayuda o a otros medios para subvencionar la publicación.

La participación de la gente en un periódico popular:

Si un periódico popular es producto de la comunidad e instrumento de trabajo comunitario, a lo que se debe es a que la mayor cantidad de personas posibles, tener alguna participación en él. Un periódico popular no sólo debe canalizar inquietudes, necesidades y problemas de la gente, también debe promover su participación.

Según Ezequiel Ander- Egg existen diferentes formas, niveles y posiblidades de promover esta participación de la gente.

- Una de ellas es mediante colaboraciones de éstos; claro que esto no puede ser muy generalizado, aunque sea lo más útil y conveniente : se trata de que la gente escriba algo o realice un dibujo o cualquier otra forma de ilustración.

- Otra forma es por la sección "cartas a los lectores" a través de la cual los miembros de una comunidad pueden manifestar sus opiniones sin necesidad de escribir un artículo más o menos elaborado.

- Por la lectura compartida del periódico: la discusión grupal acerca de algunos temas que trata el periódico es un gran medio para promover la reflexión conjunta y para que la gente sienta al periódico como algo que le pertenece.

- A través de la recolección de información sobre el periódico; esta tarea debe ser realizada por el equipo responsable y tiene por finalidad recoger críticas, opiniones y sugerencias acerca del modo de mejorar el periódico; con esto la gente , al hacer sus aportaciones, realiza una cierta participación.

- Ayudando en algunas tareas de apoyo, desde grapar hojas, hasta imprimir o distribuir el periódico.

Lo importante es alentar la participación activa de la gente, haciendo que sientan el periódico como cosa propia. Entonces sí será producto de la comunidad e instrumento de organización y movilización comunitaria. El ideal al que se debe tender en un periódico popular es que la gente se relacione al periódico, no sólo en calidad de lectores sino también de autores.

Ander- Egg señala además que dentro de las variadas formas en que un periódico popular puede promover la participación de los lectores, merece un lugar destacado la realización anual de una asamblea o consejo ampliado de lectores. Esta debería tener dos propósitos:

a. evaluación de lo que se ha hecho: marcha general del periódico, deficiencias observadas, valoración de resultados de campañas emprendidas por el periódico, etc.
b. propuestas y sugerencias de lo que se debe hacer: forma de tratar los temas, presentación y difusión del periódico, incorporación de nuevos temas, etc.

De lo que se trata es que lo lectores digan qué defectos o deficiencias encontraron en el periódico y cómo quieren que sea el próximo año, con lo cual se rompe lo tradicionalmente afirmado sobre los medios de comunicación por Armand Mattelart : "la dimensión unilineal emisor-receptor, que establece una relación sólo ficticia y mercantil entre los dos polos" (Mattelart , México , 1973,, pág. 46).

IV. METODOLOGIA GENERAL

La presente investigación es de **tipo de descriptiva** ya que pretende identificar y describir qué elementos se deben considerar para la realización de un medio escrito alternativo que sea un vínculo de información para el sector poblacional periférico Santa Rosa de Temuco.

Se investigaron las necesidades e intereses informativos, el nivel de alfabetismo, y los puntos de identificación como comunidad poblacional que presentan los habitantes de Santa Rosa de Temuco. Luego, se buscó las bases teóricas que fundamentan un medio escrito alternativo basado en la bibliografía existente y experiencias relacionadas con el tema.

El enfoque investigacional tiene un carácter **cualitativo** ya que lo que se pretende es explicar cuáles son las cualidades y características de este sector poblacional periférico, relacionadas con los elementos a considerar para la construcción de un medio escrito alternativo destinado a informar y ser un vínculo de comunicación poblacional para este sector.

El diseño metodológico es de tipo **transeccional descriptivo sincrónico.** Se escogió este diseño debido a que se pretendía estudiar descriptivamente al sector poblacional periférico Santa Rosa de Temuco, en un momento dado, en relación a los objetivos antes planteados.

4.1. MÉTODOS

Un método de recolección de datos utilizado en la investigación es el **cuestionario con preguntas cerradas de varias alternativas donde el respondiente tiene que jerarquizar opciones.**

Los **datos identificatorios** se formularon en **preguntas abiertas.** Éstas se presentaron al comienzo del cuestionario.

Como el cuestionario fue aplicado en forma masiva, se le denominó **encuesta.**

Además, para localizar de manera más acabada las necesidades informativas que presenta el sector de Santa Rosa se utilizó el método de **Entrevista Focal de realización Grupal,** el cual se aplicó a los líderes poblacionales de este sector poblacional periférico.

4.2. INSTRUMENTOS

4.2.1. Encuesta :

Se eligió este método de recolección de datos con este tipo de preguntas, para facilitar las respuestas del encuestado ya que, por las características del sector periférico poblacional , éstos pueden tener dificultades para expresarse por escrito en preguntas abiertas, lo que desembocaría en que no se responda con precisión lo que se desea, o genere confusión en sus respuestas. Es decir, con preguntas abiertas, el nivel educativo, la capacidad del manejo del lenguaje, puede afectar la calidad de las respuestas de los respondientes.

Además, las preguntas cerradas clarifican y son concretas en cuanto a lo que se refiere y lo que se pretende saber, a diferencia de preguntas abiertas, que podrían complicar o confundir al respondiente, por su posible desconocimiento o no manejo de conceptos periodísticos que se aplican en este caso.

Como una forma de no limitar la respuesta de la muestra respondiente, ya que las categorías determinadas a jerarquizar podrían no representar o describir con exactitud lo que las personas tienen en mente, se les otorgó la posibilidad de que éstos contesten en forma libre en una categoría que nace de la respuesta de la muestra (categoría genérica). En este caso será : **OTRA, (ESPECIFIQUE).**

La encuesta, como método de recolección de datos se realizó a través de un **cuestionario de preguntas directas,** cuyas categorías a observar fueron las siguientes :

a. Necesidades informativas que identifican para su sector, los habitantes de Santa Rosa.

b. Intereses informativos de los habitantes del sector poblacional periférico Santa Rosa de Temuco.

Esto, con el objetivo de determinar qué áreas noticiosas se deben considerar en la creación de un medio escrito alternativo destinado a satisfacer las necesidades informativas como principal vínculo de comunicación poblacional al interior del sector.

c. Aspectos de la vida como comunidad poblacional que son agentes de identificación de su sector, por parte de los habitantes de Santa Rosa.

Lo anterior, con el fin de determinar qué actividades de su vida como comunidad consideran los habitantes de Santa Rosa como importantes para su desarrollo social y a la vez establecer los agentes identificatorios del sector.

d. Principales nexos de comunicación poblacional al interior del sector investigado.

Esto, con el objetivo de determinar cuáles serían las fuentes informativas a las que deberá recurrir el medio escrito para informar de las actividades de la vida poblacional del sector.

4.2.1.1. Características de la aplicación :

- En cuanto a su aplicación, los cuestionarios fueron **autoadministrados.** El cuestionario se les propocionó directamente a los respondientes, los que fueron asesorados por el investigador en cada pregunta formulada.

- Los respondientes representaron al grupo familiar, por lo tanto las encuestas se aplicaron a sólo un integrante de este grupo, según la muestra ya definida.

- Los días de aplicación de encuesta fueron de lunes a viernes de 16 a 20 horas, ya que, en primer lugar se debe considerar que los sábados y domingos, generalmente las personas desean estar con sus familias, realizar actividades de recreación, salen de su casa, quizás fuera del sector, etc, por lo que aplicar la encuesta en estos días podría haber resultado poco

operativo para la investigación. En segundo lugar, se determinó el horario de 16 a 20 horas para la aplicación de la encuesta ya que en este horario las dueñas de casa tienen mayor disponibilidad de tiempo y los jefes de hogar ya han regresado del trabajo.

- Antes de proporcionar el cuestionario, el encuestador **explicó oralmente** y en forma clara y breve los objetivos de la investigación y la importancia de las respuestas de los encuestados para el desarrollo de ésta.

- El encuestador debió mostrar **seguridad** al presentarse al entrevistado y buscar la **empatía** con los respondientes, ya que varios casos existió la tendencia a negarse a contestar las preguntas por falta de tiempo, porque ven inútil y poco beneficioso para ellos el colaborar, porque no están de buen ánimo, etc.

- Para prevenir problemas como el que los respondientes no puedan contestar la encuesta por no contar con un lápiz en el momento, el encuestador portaba varios en el momento de acudir a aplicar la encuesta.

CUESTIONARIO

Buenas tardes

Estamos trabajando en un estudio que servirá para elaborar una Tesis Profesional acerca de la posibilidad de realizar un periódico Informativo destinado a este sector.

Es por esto que solicitamos su colaboración para que conteste unas preguntas que no llevarán mucho tiempo. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

1. **Antecedentes:**

   a. Sexo: masculino____ femenino____

   b. Edad:_____

   c. Actividad:_____

   d. Nivel de escolaridad:_____

2. De estas áreas noticiosas, jerarquice de 1 a 10, según el orden de importancia que usted le atribuye, a las necesidades informativas que tiene

la población, y que debería abordar el contenido de un periódico escrito destinado a este sector.

a. ( ) Deporte

b. ( ) Policial

c. ( ) Cultura-Espectáculos

d. ( ) Servicio Público

e. ( ) Desarrollo Comunitario

f. ( ) Educación y Salud

g. ( ) Política

h. ( ) Tribuna para Lectores

i. ( ) Entretención

j. ( ) Otra, (Especifique)_____

3. Qué noticias considera necesarias para que se aborden en un periódico destinado a este sector. Marque con una cruz (+) la(s) que usted estima conveniente(s):

a. Deporte poblacional

b. Política nacional e internacional

c. Actividades comunitarias del sector

d. Fútbol profesional

e. Campaña tenística del "chino" Ríos

f. Programas y proyectos vecinales de Santa Rosa

g. Actividades religiosas y culturales de la población

h. Orientación profesional (salud, educación, vivienda, etc)

i. Vida de personalidades famosas

j. Noticias policiales

4. ¿Qué áreas noticiosas le interesaría a usted que aborde un periódico destinado a esta población?. Jerarquice de 1 a 10 según el orden de interés.

a. ( ) Deporte

b. ( ) Policial

c. ( ) Cultura-Espectáculos

d. ( ) Servicio Público

e. ( ) Desarrollo Comunitario

f. ( ) Educación y Salud

g. ( ) Política

h.( ) Tribuna para Lectores

i. ( ) Entretención

j. ( ) Otra, (Especifique)_____

5. ¿Qué actividades al interior de su población considera usted que son importantes para el sector de Santa Rosa?. Jerarquice de 1 a 7 de lo más a lo menos importante.

   a. ( ) Cursos y Talleres de capacitación

   b. ( ) Actividades religiosas

   c. ( ) Actividades deportivas

   d. ( ) Actividades de la junta de vecinos

   e. ( ) Actividades de la escuela del sector

   f. ( ) Actividades de Centros Comunitarios

   g. ( ) Actividades del Policlínico

   h. ( ) Otras, (Especifique)_____

6. ¿Cómo se informa usted de las actividades que se realizan al interior de la población? Marque la alternativa más frecuente .

   a. En reuniones de la Junta de Vecinos

   b. En la Escuela

c. En el Jardín Infantil

d. En la Iglesia

e. En el Policlínico

f. En la Biblioteca

g. En Almacenes y negocios del sector

h. En conversaciones con algún vecino

i. Otros, (Especifique)_____

j. De ninguna forma

4.2.2. Entrevista focal de Realización Grupal:

Se reunió al grupo de líderes poblacionales del sector Santa Rosa para discutir abiertamente acerca de las necesidades informativas que identifican en su sector.

Los miembros del grupo se eligieron de modo que sean representativos de la población que se está investigando.

Se eligió este método de recolección de datos, ya que entrega la posibilidad, de acuerdo a las características del sector, de aplicarla a personas analfabetas o que leen y escriben con dificultad.

Además, con este instrumento es posible apreciar la intención y disposición de ánimo en la discusión del tema, así como aclarar el sentido de ésta, si para los líderes poblacionales no es suficientemente claro.

4.2.2.1. Características de la aplicación

- Una vez elegido el grupo de líderes poblacionales, el entrevistador se presentó personalmente a cada uno de los líderes, les explicó en forma oral los motivos de su visita, intentando crear un clima de empatía con cada uno de sus futuros entrevistado. Al mismo tiempo, definió con sus entrevistados el lugar y la hora de reunión. Además, para reforzar su mensaje entregó, a cada uno de los integrantes del grupo seleccionado, una nota por escrito que definía los motivos y objetivos de la entrevista. Esto facilitó una mayor cooperación a la futura entrevista por parte del líder seleccionado, ya que conoció y comprendió el objeto de ésta, lo que se pedía de él y los motivos que justificaban la entrevista.

- El entrevistador debió preocuparse, entre otras cosas, que el lugar donde se realizó la entrevista sea agradable y acogedor, de modo que facilite la comunicación.

- En el momento de realizar la entrevista, el entrevistador debió procurar que la posición de los participantes en la entrevista debe ser cómoda y confortable; por ejemplo, sentados, y tomando un café.

- Al inicio de la reunión, el entrevistador planteó el tema sin participar en su discusión a fin de que el grupo cree su propio discurso de acuerdo con sus preocupaciones en relación a las necesidades informativas y vínculos de comunicación al interior de la población.

- El análisis se efectuó con base en la transcripción literal de las intervenciones recogidas en grabadora y un cuaderno de apuntes.

4.3. PROCEDIMIENTO

En una primera etapa se recolectaron los datos a utilizar en la investigación a través de la encuesta aplicada a las familias del sector poblacional periférico Santa Rosa de Temuco. Luego, y tras haberse precodificado las categorías, se efectuó el análisis.

Posteriormente, se recolectaron los datos a utilizar en la investigación a través de la entrevista focal de realización grupal a los líderes poblacionales del sector poblacional periférico Santa Rosa de Temuco. Los líderes poblacionales a quienes se les aplicó la entrevista pertenecían a directivas vecinales del sector.

Una vez recolectados los datos, se observó y dio nombre a los patrones generales registrados en la entrevista focal grupal (necesidades informativas para el sector), para luego asignarles un código.

Ya con todos los datos ordenados se estructuró el presente informe.

4.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

4.4.1. Población:

La población de estudio serán todas las familias que viven en la población Santa Rosa de Temuco (10 mil habitantes).

Los criterios de selección de esta población está dada principalmente porque de acuerdo a sus características sociales, económicas y culturales es representativa del sector Santa Rosa de Temuco, (39 mil habitantes), lugar en donde se podría desarrollar el periódico poblacional destinado a ser un vínculo de comunicación entre sus habitantes. (La población se encuentra al interior del sector y ambas llevan el mismo nombre).

Santa Rosa es el nombre de una de las poblaciones más antiguas ubicada dentro del distrito censal N. 5 de la comuna de Temuco. Este se ubica junto al distrito censal N. 4 llamado Santa Elena. Ambos distritos censales son lo que comprende el sector que genéricamente se le denomina Santa Rosa de Temuco.

Las características que dan un sentido de identidad a este sector poblacional, uno de los factores determinantes para la construcción de un medio escrito alternativo destinado a informar y ser un nexo de comunicación entre sus habitantes, serían:

- En este sector poblacional está presente lo colectivo puesto que, empujado este sector a luchar por su amenazada sobrevivencia, no puede desafiar su condición sino es junto a los de su misma clase y situación (*).

- En este sector poblacional se encuentra el peso de la estructura estatal, económica, política y social más que en ninguna otra categoría. Se encuentran allí, el Estado, la salud, la educación, las políticas de Estado, la policía, la clase política, etc. Nadie como este sector carga más con la estructura económica de todas sus expresiones, sufriendo y viviendo sus determinaciones (*).

- En este sector poblacional está presente la expresión más rica y variada de sujetos y seres históricos compartiendo un territorio común, profesores, cartoneros, propietarios, allegados, etc.(*).

- Santa Rosa es uno de los poblamientos más antiguos del total de los sectores periféricos de Temuco, siendo éste de carácter espontáneo, por la construcción de un puente paralelo al lugar. Se encuentra ubicado en la ribera del río Cautín, donde surgió en la antigüedad un importante elemento del desarrollo urbano de la ciudad : la electricidad a través de la creación de una planta generadora que utilizó las aguas del llamado "Canal de Luz" para la producción de energía eléctrica (*) .

- En años recientes, el sector ha visto las últimas ocupaciones masivas de terreno. Además, pueden observarse constantes ocupaciones aisladas, pues diariamente llegan a la ciudad inmigrantes que requieren de trabajo y de un lugar para vivir. Las terrazas del Cautín, entre los cerros Ñielol y Conun Huenu, donde se ubica Santa Rosa, a diario han ofrecido esa posibilidad. Es por eso que han surgido nuevos asentamientos a lo largo del sector estudiado (*).

(*) En ***"Evolución espacial de la Comunidad de Santa Rosa en la ciudad de Temuco"***, Marco Antonio Muñoz, Universidad de La Frontera, 1996.

4.4.2. Muestra:

En la investigación se realizó un muestreo probabilístico por racimos (de conjuntos). La unidad de análisis fueron específicamente las familias de la población Santa Rosa de Temuco.

Esta población que se compone de 10 mil habitantes y que forma parte del sector periférico Santa Rosa, se encuentra ubicada en el corazón de esta comunidad de 39 mil habitantes, por lo cual se transforma en una población representativa del sector Santa Rosa.

En esta población habitan alrededor de 2000 familias de las cuales doscientas fueron encuestadas, es decir el 10 por ciento de la población total. Las familias se eligieron aleatoriamente para asegurar que cada familia de cada manzana de la población tenga la misma posibilidad de ser elegida, esto a través del procedimiento de tablas de números de azar.

V. TABULACIÓN

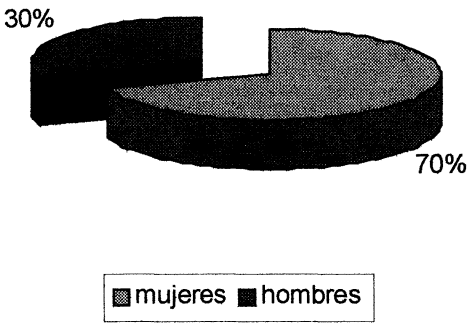
5.1. Encuesta:

Luego de aplicar el instrumento se obtuvieron los siguientes resultados:

1.Antecedentes:

a . **Sexo:** Del total de la muestra encuestada (200 personas) , el 70 % pertenece al sexo femenino (140 personas) , siendo el 30 por ciento restante hombres (60 personas).

Porcentaje de mujeres y hombres encuestados



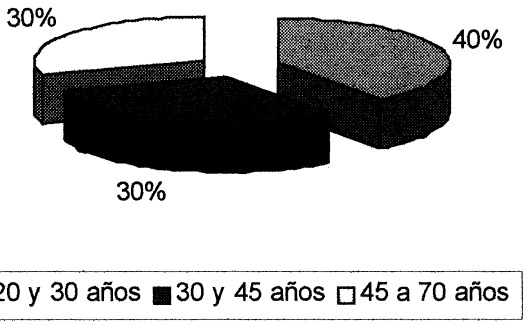
b. **Edad:** En cuanto a las edades de los encuestados,

el 40% fluctúa entre los 20 y 30 años, (80 encuestados);

el 30% entre los 30 y 45 años, (60 encuestados);

y el 30 % fluctúa entre los 45 y 70 años, (60 encuestados),

Edad de los encuestados



c. **Actividad:** En relación a la actividad de los encuestados,

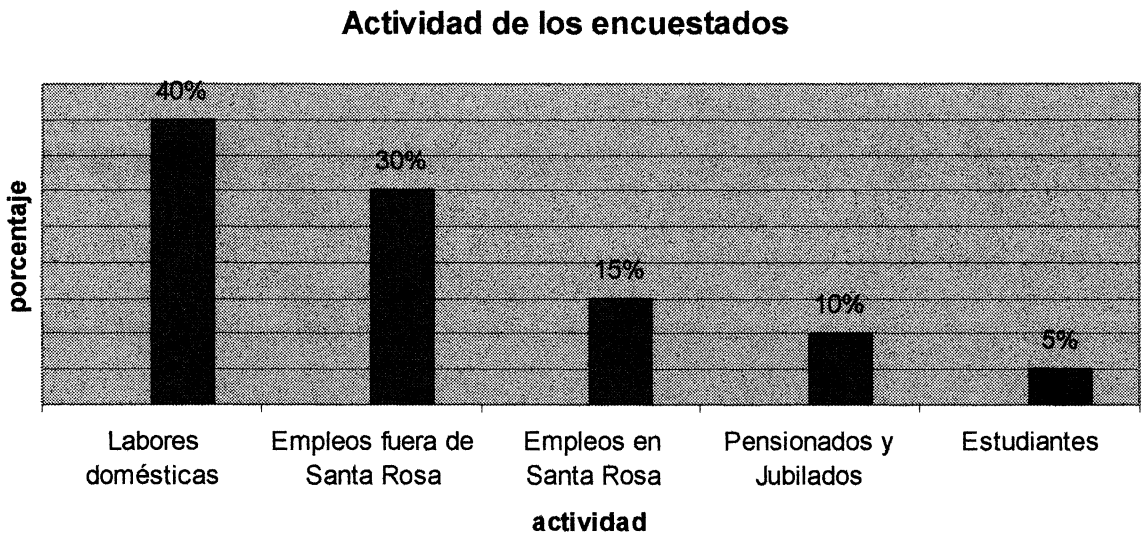
el 40 % de las personas encuestadas (80) desempeña labores domésticas,

el 30% de las personas encuestadas (60) realiza actividades laborales externas a la población (empleados del comercio céntrico de la ciudad, vendedores ambulantes, transportistas, etc),

el 15 % (30) se desempeña en comercio y servicios al interior de la población (almacenes, expendios de bebidas, talleres mecánicos, de gasfitería, etc),

el 10% de las personas encuestadas (20) no realiza actividades laborales específicas por ser pensionados, jubilados e indemnizados,

y el 5 % de los encuestados (10) son actualmente estudiantes de institutos profesionales y universidades de la ciudad.



d. **Nivel deEscolaridad:** En relación al nivel de escolaridad de los ecuestados:

El 35 % (70 personas) señaló tener la enseñanza básica completa,

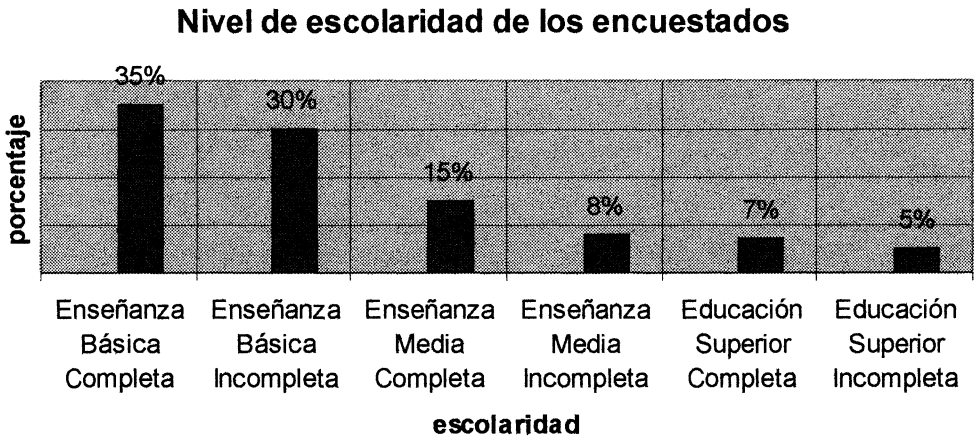
el 30 % (60 personas) indicó tener enseñanza básica incompleta,

el 15 % (30 personas) indicó haber egresado de la enseñanza media,

el 8 % (16 personas) señaló tener la enseñanza media incompleta,

el 7 % (14 personas) dijo haber egresado de la educación superior,

y el 5% (10 personas) indicó tener estudios superiores incompletos.



2. Pregunta: **De éstas áreas noticiosas, jerarquice de 1 a 10 , según el orden importancia que usted le atribuye, a las necesidades informativas que tiene la población , y que debería abordar el contenido de un periódico escrito destinado a este sector.**

Según lo señalado por los encuestados, y que se refiere a las necesidades informativas que tiene la población se desprenden los siguientes datos estadísticos:

El 60 % de los encuestados (120) marcó en primera, segunda o tercera opción la alternativa **E** , Desarrollo Comunitario.

El 13 % (26) se inclinó en primera, segunda o tercera opción por la alternativa **F** , Educación y Salud.

El 12 % de los encuestados (24) marcó en primera, segunda o tercera opción la alternativa **A**, Deporte.

El 7 % (14) marcó en primera, segunda o tercera opción la alternativa **I**, Entretención.

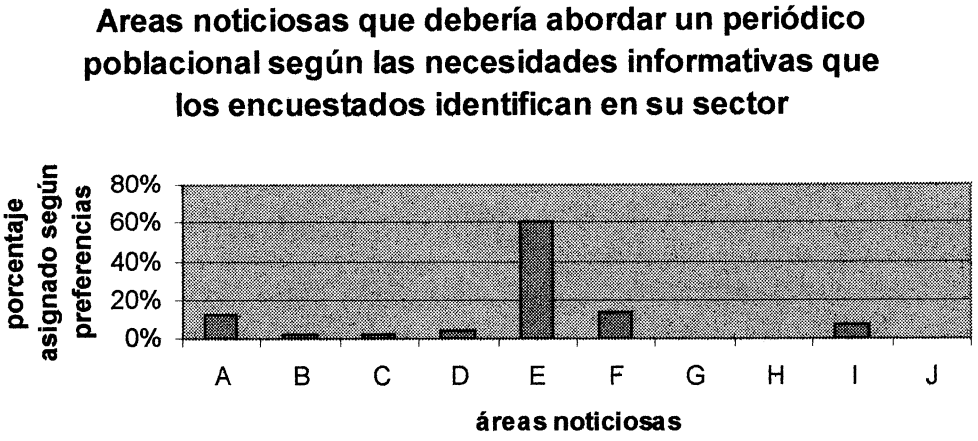
El 4% (8) marcó en primera, segunda o tercera opción la alternativa **D**, Servicio Público.

El 2% de los encuestados (4) marcó en primera, segunda o tercera opción la alternativa **C**, Cultura y espectáculos.

Finalmente, el 2% de los encuestados (4) marcó en primera, segunda o tercera opción la alternativa **B**, Policial.

Las alternativas **G**, Política; **H**, Tribuna para Lectores y **J**, Otra, no fueron consideradas por los encuestados dentro de las tres primeras opciones.

Para facilitar la comprensión de lo indicado por los encuestados se presenta el siguiente gráfico:



3. Pregunta: **¿Qué noticias considera necesarias para que se aborden en un periódico destinado a este sector? Marque con una cruz la(s) que usted estima conveniente(s).**

En esta interrogante los encuestados indicaron lo siguiente:

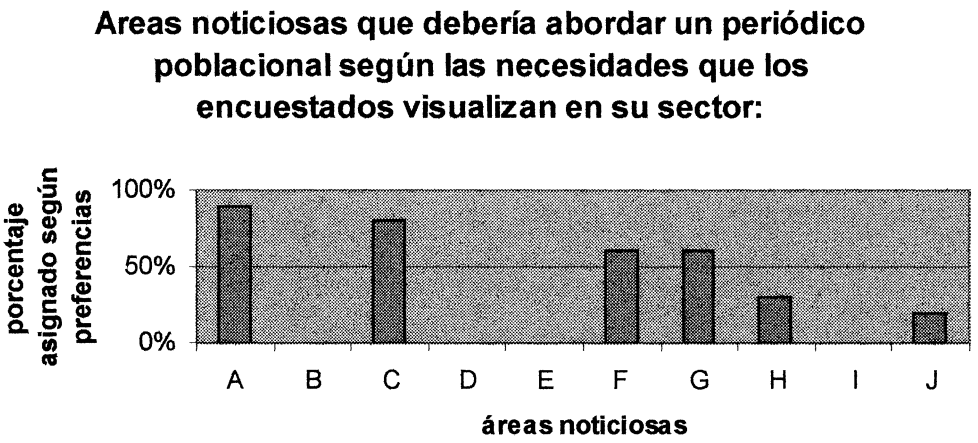
La Alternativa **A**, Deporte Poblacional fue considerada por el 90 % (180 personas),

la alternativa **C**, Actividades Comunitarias del Sector fue considerada por el 80 % (160 personas),

por su parte las alternativas **F**, Programas y proyectos vecinales de Santa Rosa, y **G**, Actividades religiosas y Culturales de la Población fueron consideradas por el 60 % de los encuestados (120 personas).

El 30 % de los encuestados (60 personas) consideró la alternativa **H**, Orientación Profesional, mientras que la alternativa **J,** Noticias Policiales fue considerada por el 20 % de los respondientes (40 personas).

Las alternativas **B**, Política Nacional e Internacional; **D**, Fútbol Profesional; **E**, Campaña tenística del "chino" Ríos e **I**, Vida de Personalidades Famosas no fueron consideradas por los encuestados.



4. Pregunta: **¿Qué áreas noticiosas le interesaría a usted que aborde un periódico destinado a esta población?. Jerarquice de 1 a 10 según el orden de interés.**

Esta pregunta que solicita a los encuestados manifestar sus intereses noticiosos en relación a considerarlos para la construcción de un periódico escrito destinado a Santa Rosa, arrojó los siguientes resultados porcentuales:

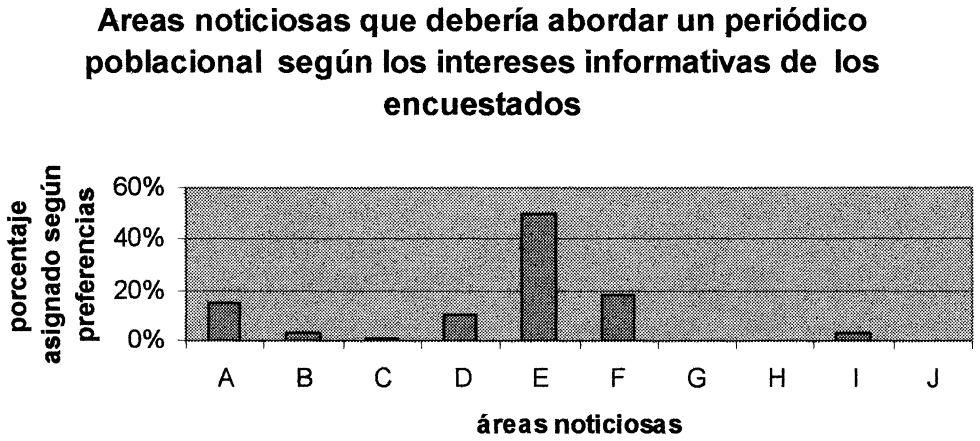
El 50 % de los encuestados (100 personas) consideró en primera, segunda o tercera opción la alternativa **E**, Desarrollo Comunitario; por otro lado; el 18 % (36 personas) consideró entre las tres primeras opciones la alternativa **F**, Educación y Salud.

La alternativa **A**, Deporte fue considerada dentro de las tres primeras opciones por un 15% de los encuestados (30 personas), mientras que el 10 % de los encuestados (20 personas) marcó en primera, segunda o tercera opción la alternativa **D**, Servicio Público.

El 3 % (6 personas) eligió dentro de las primeras 3 opciones la alternativa **I**, Entretención y el otro 3% marcó dentro de sus primeras 3 opciones la alternativa **B**, Policial.

Finalmente, sólo dos personas que constituyen el 1 % de los encuestados eligió en primera, segunda o tercera opción la alternativa **C**, Cultura y Espectáculos.

Las alternativas **G**, Política; **H**, Tribuna para Lectores y **J**, Otra, no fueron consideradas por los encuestados dentro de las tres primeras opciones.



5. Pregunta: **¿Qué actividades al interior de su población considera usted que son importantes para el sector de Santa Rosa? Jerarquice de 1 a 7 desde lo más a lo menos importante.**

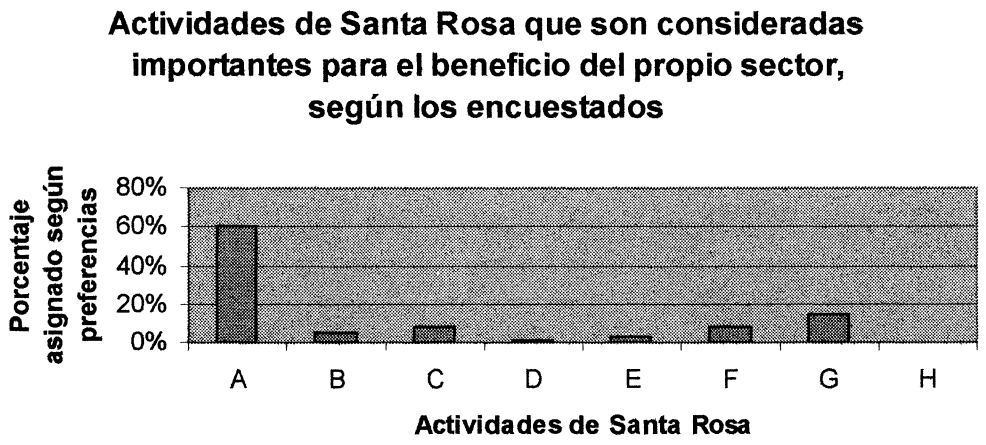
Esta pregunta , que pretende determinar las actividades al interior de Santa Rosa que son consideradas como importantes por sus habitantes arrojó los siguientes resultados:

El 60 % de los encuestados (120 personas) consideró entre las tres primeras opciones la alternativa **A**, Cursos y Talleres de Capacitación.

El 15% (30 personas) se inclinaron por marcan entre sus tres primeras opciones la alternativa **G**, Actividades del policlínico. En tanto, el 8 % de los encuestados (16 personas) consideró dentro de sus tres primeras opciones la alternativa **F**, Actividades de Centros Comunitarios.

Por otro lado, el otro 8% por ciento marcó dentro de sus tres primeras preferencias, la opción **C**; Actividades Deportivas.

Finalmente, la alternativa **B**, fue considerada dentro de sus tres primeras opciones por el 5% de los encuestados, la **E**, Actividades de la escuela del sector por el 3% y la alternativa **D**, Actividades de la Junta de Vecinos por el 1% de las personas encuestadas.



6. Pregunta: **¿Cómo se informa usted de las actividades que se realizan al interior de la población? Marque la alternativa más frecuente**

Esta pregunta que pretendía establecer cuáles eran lo principales nexos de comunicación al interior de la población (si es que existen) arrojó los siguientes datos estadísticos:

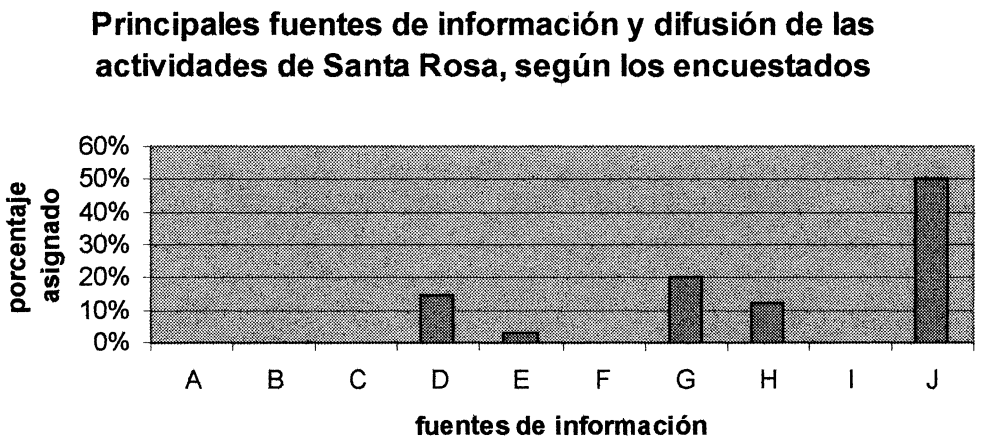
El 50 % de los encuestados (100 personas) marcó la alternativa **J**, de ninguna forma, indicando con esto que las actividades de la población tiene serios problemas de difusión, además de dejar en claro que los vínculos de comunicación carecen de eficacia.

El 20 % de las personas encuestadas (40) marcó la alternativa **G**, en Almacenes y Negocios, mientras que el 15 % se inclinó por la alternativa **D**, en la Iglesia.

En tanto, el 12% de los encuestados (24) marcó la alternativa **H**, en conversación con algún vecino.

Finalmente, el 3% de los encuestados indicó la alternativa **E**, en el Policlínico.

Las alternativas **A** , En reuniones de la Junta de Vecinos; **B**, En la Escuela; **C**, En el Jardín Infantil; **F**, en la Biblioteca e **I**, Otros, no fueron consideradas por los encuestados como fuentes de información.



5.2. Entrevista Focal de Realización Grupal:

Este instrumento, el cual seleccionó a 8 directivos de diferentes Juntas de Vecinos que componen el Sector de Santa Rosa de Temuco se aplicó de la siguiente forma:

Se reunió al grupo de líderes poblacionales en la Tenencia de Carabineros del sector a cargo del Cabo primero Teobaldo Asenjo Molina, jefe de la Patrulla Vecinal, organismo policial que trabaja directamente relacionado con todas las poblaciones de la ciudad.

En esta reunión participaron no sólo los directivos de la Junta de Vecinos N. 29 de la Población Santa Rosa, sino también, dirigentes vecinales de las otras poblaciones pertenecientes al Sector Santa Rosa de Temuco.

Los dirigentes que estuvieron presentes son:
La presidenta y Secretaria de la Junta de Vecinos de Villa Pomona, Norma Figueroa e Irma Apablaza; el Tesorero de la Junta de Vecinos N. 27 de la Población "Sarita Gajardo", Juan González; el presidente de la Junta de

Vecinos Villa Quinta La Frontera , José Mella Gavilán; el presidente de la Junta de Vecinos de la Población Santa Lucía, José Hernández Ruiz; el presidente de la Junta de Vecinos de la población Brasil 2 , José Fuentes Sepúlveda; y el presidente y vicepresidente de la Junta de Vecinos N.29 Santa Rosa , Luis Ceballos Venegas y Sergio Rosas.

Cabe señalar que en el sector de Santa Rosa existen 16 Juntas de Vecinos , de las cuales sólo 7 participan normalmente de coordinaciones y sesiones que pretende realizar periódicamente la Patrulla Vecinal. Además, se debe consignar que del total de las Juntas de Vecinos existentes en el sector, solo 10 se encuentran en "funcionamiento" , lo cual para muchos de los habitantes del sector Santa Rosa es desconocido.

Luego de la presentación correspondiente se les explicó a los dirigentes las razones de la reunión, sin antes dejar muy en claro (ante las reiteradas mal interpretaciones de los presentes), que, la posibilidad de realizar un periódico poblacional escrito para Santa Rosa se encuentra sólo en un proceso de estudio , lo cual dista mucho de poder concretarse en un tiempo cercano.

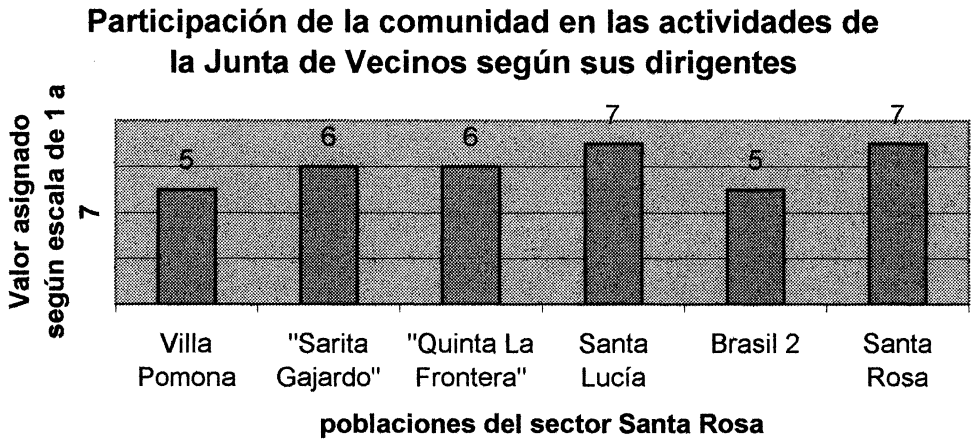
Después de esta etapa, se planteó la primera interrogante la cual cada uno de los presentes respondió por separado y en forma de exposición al resto de los dirigentes:

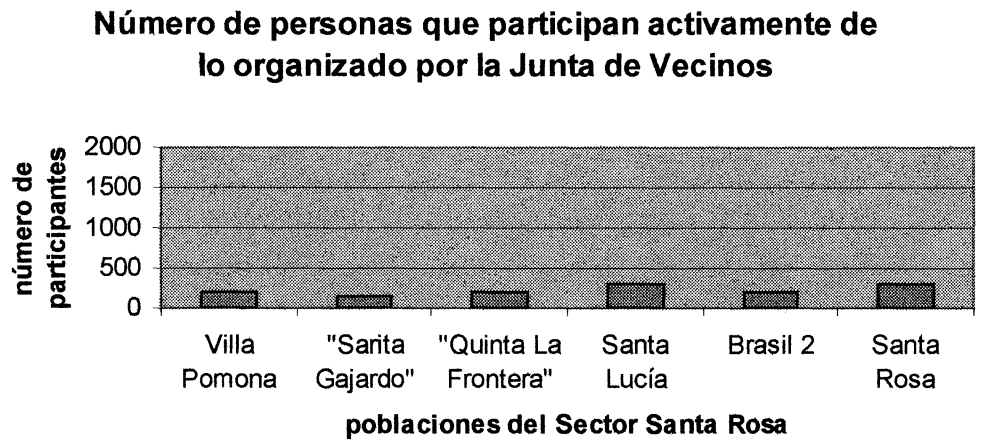
- **¿Qué evaluación harían ustedes del nivel de participación de la comunidad en cada una de las actividades que la Junta de Vecinos organiza al interior de su población?**

Ante esta consulta cada uno de los dirigentes vecinales dio a entender con sus palabras que la participación de la comunidad en las actividades organizadas por ellos se podía evaluar en forma positiva.

Sin embargo, al ser consultados en relación a cuántas personas participan activamente del trabajo de la Junta, las cifras demostraron lo contrario. Esto, ya que las cifras entregadas por los dirigentes no sobrepasaron las 300 personas y cada una de las poblaciones de Santa Rosa sobrepasa los dos mil habitantes.

Esta situación puede graficarse de la siguiente forma:





Otro factor que se debe considerar en relación a estos resultados es que son éstas Juntas de Vecinos las que realizan mayor difusión de sus actividades, lo cual deja proyectar un panorama bastante desalentador si se

piensa en la participación de las otras poblaciones en las actividades organizadas por las restantes directivas vecinales.

De esta forma la pregunta que se había planificado a continuación se hacía más que pertinente para obtener algunas consideraciones clarificadoras en relación a la realidad de las Juntas de Vecinos y su trabajo con las poblaciones:

- **¿Cómo informan a la comunidad de las actividades y el trabajo de la organización vecinal?**

Los representantes de las 7 Juntas Vecinales coincidieron en indicar que la forma de difundir sus actividades son las reuniones de la organización las cuales se realizan periódicamente. Sin embargo, agregaron, la participación de los pobladores en estas sesiones es escasa y a veces nula.

Para graficar aún más esta realidad del poder de convocatoria que tienen las Juntas de Vecinos en este sector, se da cita textual a lo afirmado por el presidente de la organización N. 29 de la población Santa Rosa, Luis Ceballos Venegas:

"...En la población existe mucha falta de información de lo que está ocurriendo y lo que se esta planificando para mejorar la calidad de vida de la gente. Esto se puede explicar porque la organización vecinal se le da muy poca importancia. Es más, el interés de la gente por las cosas que están haciendo los dirigentes aparece cuando se presenta un problema específico; entonces ahí se acercan y piden ayuda. Superado el problema se distancian y la apatía y poca participación de los vecinos continúa.

La verdad... yo creo que hay poca conciencia de las cosas que se pueden lograr cuando la gente se une, se organiza...".

Así, la carencia de nexos de comunicación entre dirigentes y pobladores del sector Santa Rosa se hace evidente. Factor principal quizás, de la escasa y a veces inexistente participación de la población en las actividades y programas de desarrollo comunitario.

No obstante, hay que considerar que según lo indicado por los dirigentes vecinales, existen intentos de establecer nexos de comunicación e información con toda la comunidad.

Es el caso de algunos boletines de orientación e información creados por el Proyecto UNI KELOGG, iniciativa en la participan representantes del Servicio de Salud, de la Universidad de La Frontera, profesionales del área y miembros de la comunidad de Santa Rosa. Sin embargo, aunque éste es un buen intento por establecer esta necesaria instancia de comunicación entre los habitantes del sector, su distribución es demasiada esporádica, el área temática muy reducida a lo que es Orientación en Salud, y su tiraje no alcanza a cubrir ni el 30% del total de los habitantes del sector en estudio.

Sumado a estos intentos por establecer nexos de comunicación entre los pobladores de Santa Rosa, se encuentra el trabajo que realizó hasta el mes de noviembre de 1998, el móvil de Radio Chilena Ñielol, que aunque no destinaba su informativo a la vida poblacional de este sector, sí era un herramienta útil en la denuncia y publicación de las demandas sociales de los habitantes de esta comunidad. Con la "satelización" de esta emisora y sin otro medio de comunicación que realice un trabajo similar, la integración del sector Santa Rosa al mecanismo social de la ciudad es inexistente. Así, la "voz" de los pobladores y sus denuncias, son canalizadas sólo a través de la Junta de Vecinos. Un "círculo vicioso" quizás, luego de constatar la poca

participación de la comunidad en este tipo de organizaciones, lo cual, como se indicara anteriormente, es reconocido por los propios dirigentes vecinales.

A esto se agregan los resultados arrojados por el otro instrumento del estudio (encuesta), el cual indica que los pobladores de Santa Rosa no considera a la Junta de Vecinos como un órgano representativo de la comunidad.

Posterior a la intervención de cada uno de los entrevistados en relación a indicar que Santa Rosa carece de nexos de comunicación efectiva que "despierten" el interés de la organización comunitaria, se planteó la siguiente y última pregunta, la cual se transforma en una base importante para el desarrollo y conclusión de la presente investigación:

- **A juicio de ustedes ¿Qué problemas podría resolver un periódico destinado a este sector?**

Entre las respuestas más recurrentes, los dirigentes vecinales indicaron:

1. Difusión de las actividades de la Junta de Vecinos
2. Educación y Orientación en diversos temas
3. Identificación de los habitantes de Santa Rosa con su sector
4. Unión entre los vecinos para lograr mejorías en la calidad de vida de la gente de Santa Rosa
5. Mayor integración del sector a la vida de la comunidad de Temuco
6. Mayor conciencia de la realidad particular que viven los habitantes del sector .

VI. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Ante la ausencia de medios de comunicación destinados a informar a los sectores poblacionales , considerando dentro de su páginas la realidad particular de éstos, se hace necesario la creación de un medio alternativo que se transforme en un mecanismo de información para lograr , entre otros objetivos , mejorar su capacidad de organización interna.

Sin un nexo comunicativo como un periódico, a estos sectores poblacionales se les hace dificultosa la organización, el proponer y difundir sus proyectos de mejoramiento en los distintos ámbitos de su realidad como comunidad, y el recibir la adecuada orientación respecto a temas de importancia específica de acuerdo a sus características de vida.

La presente investigación, que se centró en el estudio de la realidad particular del sector periférico Santa Rosa de Temuco permitió comprobar que esta carencia comunicacional es ampliamente detectada incluso por los propios habitantes de estos sectores. Los pobladores, a través de sus respuestas en ambos instrumentos del estudio, demostraron estar ávidos de

contar con un nexo de comunicación que los informe, los vincule y los incentive a la organización.

Así, dentro de lo que reconocieron como necesidades informativas que debería abordar un periódico destinado a su sector destacan las áreas noticiosas ligadas a aspectos de su propia vida poblacional, lo cual demuestra la conciencia que hoy existe entre los propios pobladores de que la única forma de lograr un mejoramiento, es la organización entre quienes poseen intereses, inquietudes y necesidades similares. Y es aquí donde un medio de comunicación propio jugaría un rol fundamental.

A lo interesante que resulta apreciar el que los pobladores valoren la intención de crear un periódico destinado a su sector y que su contenido vaya en relación directa con su vida como comunidad, se agrega la tendencia a no considerar dentro de sus páginas, las áreas noticiosas que en cierta medida se encuentran ajenas a la realidad particular del sector, como lo es por ejemplo, la política o el fútbol profesional. En su conjunto, esto contribuye a interpretar que en los sectores poblacionales periféricos, "olvidados" por los medios de comunicación masiva, existe un cierto rechazo al orden informativo actual,

marcado por problemáticas globales que no alcanzan a tocar su realidad específica.

Entre las necesidades e intereses informativos detectados a través de los instrumentos de la investigación destaca el interés de los pobladores por una herramienta que involucre la difusión de iniciativas al servicio del mejoramiento social de toda la comunidad poblacional. Lo anterior se contrasta con la escasa participación de los habitantes de Santa Rosa en las actividades e iniciativas que existen actualmente en el sector y que tienen como objetivo común el mejorar la calidad de vida de la gente. La organización de la comunidad con el objeto de buscar mejorías sociales es aislada, casi inexistente, lo cual se apoya en lo indicado por los encuestados que, a través de sus respuestas, atribuyeron escasa importancia al trabajo de sus dirigentes vecinales y a las actividades que éstos organizan.

Aunque estas iniciativas no son las únicas instancias de participación, actualmente, según los propios dirigentes, la gente no socializa sus inquietudes y se aparta de sus pares, siendo la razón de esto, el desencanto por las instancias de representación. Además, el individualismo y la apatía

presentes en nuestra sociedad cobra mayor fuerza en este sector periférico donde el vivir y el "sobrevivir" se hace cada vez más difícil. *"La gente ya no cree, no confía, se aparta y se encierra en sus problemas"*, señalaba un dirigente vecinal al final de la reunión en la cual se aplicó uno de los instrumentos.

Aunque la esperanza de mejorar su calidad de vida está latente en la mente de estos pobladores, los mecanismos de búsqueda a estas mejorías se han estancado, quedando paralizadas, al mismo tiempo, la movilización y la gestión vecinal.

En este sentido, se hace difícil pensar que existan efectivos nexos de comunicación y difusión de lo que actualmente se realiza al interior del sector. Al intentar determinar a través de la encuesta cuáles son los mecanismos de comunicación y difusión de lo que acontece al interior de Santa Rosa se pudo constatar que los intentos por vincular a la gente del sector no han logrado cumplir sus objetivos. El 50 por ciento de los encuestados indicó no informarse de ninguna forma de lo que se realiza al interior de la población. Por otro lado, el pequeño nivel de participación de la comunidad, admitida

también por los dirigentes de las Juntas de Vecinos en la Entrevista Focal de Realización Grupal (no sobrepasa el 15 por ciento en cada una de las poblaciones del sector), indica la necesidad de transformar y rediseñar las estrategias de movilización social.

Así, un periódico escrito que involucre la real participación de sus protagonistas puede ser una herramienta útil en la búsqueda de la organización. Más aún si se considera que un medio de comunicación no sólo podría lograr una eficaz alternativa de información y vinculación entre los habitantes de este sector, sino también lograr la integración de Santa Rosa con el resto de la sociedad temuquense.

En este contexto, la construcción de un periódico escrito poblacional para el sector en estudio, merece un minucioso análisis de lo que se debe tomar en cuenta para que este medio de comunicación tenga el éxito esperado sin desviar sus objetivos.

En vista de lo anteriormente expuesto y para concluir se presenta el siguiente modelo de las características que debería contener un periódico escrito destinado al sector Santa Rosa de Temuco:

De sus objetivos:

General:

Priorizar la participación social del receptor o público consumidor , en donde éstos se vean representados como protagonistas sociales de los procesos, a través de sus propios códigos de identificación y reconocimiento. Sus objetivos estarán relacionados con fines colectivos y sociales en base a la información plural y veraz que se difunda.

Específicos: (considerados por los dirigentes vecinales en uno de los instrumentos del estudio)

1. Unión entre los vecinos para lograr mejorías en la calidad de vida de la gente de Santa Rosa
2. Mayor conciencia de la realidad particular que viven los habitantes del sector .
3. Mayor integración del sector a la vida de la comunidad de Temuco

De su orientación:

Interrelación entre la igualdad de intervención de los participantes y la posibilidad permanente y factual de reversibilidad de los polos emisión-recepción, es decir , retroalimentación entre los lectores y quienes dirigirán el periódico.

De cómo llegará al público lector:

Su financiamiento, distribución y circulación, no pueden depender del sistema comercial tradicional usado por los medios de comunicación masiva tradicionales. El supeditarse a este sistema significaría para el periódico, la muerte de su independencia y el nacimiento de un nuevo medio de comunicación que pretende mantener el estado actual del sistema social.

Así, la alternativa al sistema tradicional de producir un medio de comunicación social deberá buscarse en los concursos de proyectos organizados por organismos gubernamentales y no gubernamentales sin que esto signifique entrar a depender de decisiones externas que "politicen" el medio.

De quién estará a cargo del periódico:

El informar, orientar, educar y entretener han sido los cuatro objetivos primordiales que se han planteado por años los medios de comunicación. El problema ha sido que estos objetivos se han desdibujado al olvidar que los medios deben ser dirigidos por profesionales conscientes que su tarea es ser "portavoces" del hombre común, es decir, representativos de toda una sociedad a través de su objetividad y veracidad a la hora de emitir sus mensajes.

Es por esto se plantea la necesidad de que el periódico poblacional sea dirigido por profesionales de la comunicación, responsables de lo que significa emitir mensajes masivos. A esto se suma la necesidad de que este medio de comunicación no desdibuje sus objetivos iniciales al pretender ceder el periódico a las Juntas de Vecinos. Es claro que éste debe promocionar la libre participación de todos los habitantes de Santa Rosa, pero ésta debe ser igualitaria. Más aún si se piensa en que los habitantes de este sector periférico no atribuyen representatividad a sus dirigentes vecinales y se ha precisado que es necesario cambiar las estrategias de organización.

De su contenido:

Al hablar de participación social del público consumidor en la realización de este periódico escrito, existe la obligatoriedad de considerar en los contenidos que entregará, lo indicado por los propios habitantes del sector Santa Rosa en torno a sus necesidades e intereses informativos según el instrumento de medición de la encuesta (áreas noticiosas indicadas en las preguntas 2, 3, 4 y 5).

De esta forma el periódico considerará dentro de sus páginas :

***CRÓNICA* 70%**

A. Desarrollo Comunitario (50% Crónica)

- Pregunta 2: 60% Desarrollo Comunitario,
- Pregunta 3: promedio 66%

80% Actividades comunitarias del sector; 60% Programas y Proyectos Vecinales de Santa Rosa

- Pregunta 4: 50% Desarrollo Comunitario
- Pregunta 5:promedio 22%

60% Cursos y Talleres de Capacitación; 15% Actividades del policlínico; 8% Actividades de Centros Comunitarios; 3% Actividades de la escuela del sector.

B. Orientación Profesional: (19%Crónica)

- Pregunta 2: 13% Educación y Salud
- Pregunta 3: 30% Orientación Profesional (Salud, Educación, etc)
- Pregunta 4: 18% Educación y Salud
- Pregunta 5: 15% Actividades del Policlínico

C. Actividades religiosas y culturales de la población: (17%Crónica)

- Pregunta 2 : 2% Cultura - Espectáculos
- Pregunta 3: 60% Actividades religiosas y Culturales de la población
- Pregunta 4: 1% Cultura- Espectáculos
- Pregunta 5: 5% Actividades religiosas

D. Noticias Policiales : (7%Crónica)

- Pregunta 2: 2% Policial
- Pregunta 3: 20% Noticias Policiales
- Pregunta 4: 3% Policial
- Pregunta 5 : No figuraba como alternativa

E. Servicio Público: (7%Crónica)

- Pregunta 2: 4% Servicio Público
- Pregunta 3: No figuraba como alternativa
- Pregunta 4: 10% Servicio Público
- Pregunta 5: No figuraba como alternativa

DEPORTE POBLACIONAL 30%

- Pregunta 2: 12% Deporte
- Pregunta 3: 90% Deporte Poblacional
- Pregunta 4: 15% Deporte
- Pregunta 5 : 8% Actividades Deportivas

Además, los realizadores del periódico deberán habilitar a lo menos las dos últimas páginas para dos secciones (Tribuna para Lectores y Entretención) que aunque no fueron consideradas en forma mayoritaria por los encuestados, sí son importantes a la hora de buscar el éxito de este proyecto comunicacional.

La sección Tribuna para Lectores es indispensable a la hora de pensar en una real participación de los pobladores incluso en la redacción de una parte del medio. Más aún si se piensa que con esta sección la representatividad e identificación aumenta entre los potenciales lectores. Al mismo tiempo, se potencia la libertad de expresión.

Por otro lado, la sección Entretención facilita el acercamiento del periódico a los posibles lectores; incluso, puede llegar a captar más adherentes sólo con la incorporación de este espacio. Esto porque el "consumo" del periódico en su conjunto se hace más fácil, simple, menos "denso".

De su forma:

En cuanto a su presentación, ésta debe ir acorde con los medios económicos que se dispongan, pero sin olvidar que el periódico debe ser lo más atrayente para los potenciales lectores. Su carácter de importante y necesario para la población debe considerar incluso en transformarse en un vehículo de comunicación alternativo a los medios masivos existentes. Y en eso existe una ventaja obvia. Su cercanía a la realidad particular de sus lectores no tiene competencia.

De esta forma, la utilidad del estudio radica en que, ante la ausencia de medios escritos alternativos que tengan como función el vincular a los sectores poblacionales de acuerdo a sus intereses y necesidades comunes, y al mismo tiempo, integrarlos de una manera distinta a la sociedad global, un periódico poblacional destinado a los habitantes del sector Santa Rosa puede transformarse en un real aporte para desarrollar un proyecto que ponga en marcha medios de comunicación poblacional que intenten, bajo bases sólidas, alcanzar formas de amplia y rica participación en la elaboración recepción y retroalimentación de los mensajes. Al mismo tiempo, el nacimiento de este periódico podría ser también la génesis de una nueva forma de pensar y

plantear los medios de comunicación masiva, transformándose así, en una alternativa informativa no sólo para los sectores poblacionales, sino también para la sociedad nacional en su conjunto.

BIBLIOGRAFÍA

Alter Sum, Ego : "Sobre la Autoconciencia y la Comunicación Alternativa en un Proceso de Transición", en ***Comunicación Alternativa y Cambio Social***, Máximo Simpson Grinberg, edit.Premiá, México 1989.

Ander-Egg, Ezequiel : ***"Periodismo Popular"***, edit. Hvmanitas, Argentina 1987.

Bisbal , Marcelino : "Perspectivas de la Comunicación Alternativa", en ***Estudios de Comunicación Social*** de Eleazar Díaz Rangel, edit. Monte Avila, Venezuela 1987.

Gomis, Lorenzo : ***"Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente"***. Edit, Paidós, Barcelona 1991.

Mattelart, Armand : ***"La comunicación masiva en el proceso de liberación"*** , edit. Siglo XXI, México 1973.

Muñoz, Marco Antonio : ***"Evolución Espacial de la Comunidad de Santa Rosa en la ciudad de Temuco",*** Universidad de La Frontera, Chile 1996.

Pangui, León : ***"¿Por qué se muere la prensa regional en Chile?"***, Secretaría Nacional de Comunicaciones y Cultura, Chile 1997.

Portales, Diego : "Perspectivas de la Comunicación Alternativa en América Latina", en ***Comunicación Alternativa y Cambio Social***, Máximo Simpson Grinberg, edit.Premiá, México 1989.

Reyes Matta, Fernando : "La Comunicación Transnacional y la Respuesta Alternativa" en ***Comunicación Alternativa y Cambio Social*** de Máximo Simpson, edit. Premiá, México 1989 .

Reyes Matta, Fernando : ***"La Prensa: del autoritarismo a la libertad",*** edit. Tamarcos S.A., Chile 1989.

Rodrigo Miguel : ***"La construcción de la noticia",*** Edit. Paidós Ibérica, Argentina 1989.

Simpson, Máximo : "Comunicación Alternativa : Tendencias de la Investigación en América Latina", en ***Comunicación Alternativa y Cambio Social***, Máximo Simpson Grinberg, edit.Premiá, México 1989.

Simpson, Máximo : "Comunicación Alternativa : Dimensiones, Límites, Posibilidades", en ***Comunicación Alternativa y Cambio Social***, Máximo Simpson Grinberg, edit.Premiá, México 1989.

ANEXO

CUESTIONARIO

Buenas tardes. Estamos trabajando en un estudio que servirá para elaborar una Tesis Profesional acerca de la posibilidad de realizar un periódico Informativo destinado a este sector. Es por esto que solicitamos su colaboración para que conteste unas preguntas que no llevarán mucho tiempo. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

1. Antecedentes:
   a. Sexo: masculino____ femenino____
   b. Edad:_____
   c. Actividad:_____
   d. Nivel de escolaridad:_____

2. De estas áreas noticiosas, jerarquice de 1 a 10, según el orden de importancia que usted le atribuye, a las necesidades informativas que tiene la población, y que debería abordar el contenido de un periódico escrito destinado a este sector.
   a. ( ) Deporte
   b. ( ) Policial
   c. ( ) Cultura-Espectáculos
   d. ( ) Servicio Público
   e. ( ) Desarrollo Comunitario
   f. ( ) Educación y Salud
   g. ( ) Política
   h. ( ) Tribuna para Lectores
   i. ( ) Entretención
   j. ( ) Otra, (Especifique)_____

3. Qué noticias considera necesarias para que se aborden en un periódico destinado a este sector. Marque con una cruz (+) la(s) que usted estima conveniente(s):
   a. Deporte poblacional
   b. Política nacional e internacional
   c. Actividades comunitarias del sector
   d. Fútbol profesional
   e. Campaña tenística del chino Ríos
   f. Programas y proyectos vecinales de Santa Rosa
   g. Actividades religiosas y culturales de la población
   h. Orientación profesional (salud, educación, vivienda, etc)
   i. Vida de personalidades famosas
   j. Noticias policiales

4. ¿Qué áreas noticiosas le interesaría a usted que aborde un periódico destinado a esta población?. Jerarquice de 1 a 10 según el orden de interés.
   a. ( ) Deporte
   b. ( ) Policial
   c. ( ) Cultura-Espectáculos
   d. ( ) Servicio Público
   e. ( ) Desarrollo Comunitario
   f. ( ) Educación y Salud
   g. ( ) Política
   h.( ) Tribuna para Lectores
   i. ( ) Entretención
   j. ( ) Otra, (Especifique)_____

5. ¿Qué actividades al interior de su población considera usted que son importantes para el sector de Santa Rosa?. Jerarquice de 1 a 7 de lo más a lo menos importante.
   a. ( ) Cursos y Talleres de capacitación
   b. ( ) Actividades religiosas
   c. ( ) Actividades deportivas
   d. ( ) Actividades de junta de vecinos
   e. ( ) Actividades de la escuela del sector
   f. ( ) Actividades de Centros Comunitarios
   g. ( ) Actividades del Policlínico
   h. ( ) Otras, (Especifique)_____

6. ¿Cómo se informa usted de las actividades que se realizan al interior de la población? Marque la alternativa más frecuente.
   a. En reuniones de la Junta de Vecinos
   b. En la Escuela
   c. En el Jardín Infantil
   d. En la Iglesia
   e. En el Policlínico
   f. En la Biblioteca
   g. En Almacenes y negocios del sector
   h. En conversaciones con algún vecino
   i. Otros, (Especifique)_____
   j. De ninguna forma