

INFORME NARRATIVO FINAL DEL PROYECTO

Para completar este informe deberá referirse a su Formulario de Solicitud y al Acuerdo firmado con WACC. Por favor conteste las preguntas en la forma más completa y concisa posible para ayudarnos a aprender de su proyecto que ha finalizado. El informe no deberá tener más de 15 páginas, excluyendo los apéndices. Por favor envíe el informe con documentos de apoyo y materiales a WACC. Para la WACC es interesante recibir artículos y notas acerca de la forma en que personas se han beneficiado del proyecto. WACC también está interesada en recibir estudios de caso. Por favor si desea enviar artículos y estudios de caso, póngalos en el apendix.

1. INFORMACIÓN GENERAL:

1.1. Nombre del Proyecto (como aparece en el Acuerdo)	¿Quién habla por los pobres en la prensa venezolana?
1.2 Número de Referencia del Proyecto: (como aparece en el Acuerdo)	1366
1.3 Nombre Completo de la Organización:	Asociación Civil Medianálisis
1.4 País:	Venezuela
1.5 Dirección Postal Completa:	Final Av. Teherán, Parque Social Manuel Aguirre, Edif. Educación Comunitaria, piso 1, oficina EP1-36. Montalbán, Caracas. Venezuela. Cód. Postal 1020.
1.6 Dirección Física:	Final Av. Teherán, Parque Social Manuel Aguirre, Edif. Educación Comunitaria, piso 1, oficina EP1-36. Montalbán, Caracas. Venezuela.
1.7 Persona de Contacto:	Elsa Cecilia Piña
1.8 Teléfono: (incluya código de país y ciudad)	+58 – 212 – 4074442 +58 – 416 - 5321338
1.9 Fax: incluya código de país y ciudad)	N/A
1.10 Correo Electrónico: :	medianalisis@yahoo.com.ve
1.11 Página Web:	www.medianalisis.org
1.12 Período de Implementación del Proyecto: (desde mes/año a mes/año)	Desde octubre 2011 a septiembre 2012

2. CONSECUENCIAS E IMPACTO

2.1 ¿Cuál era el objetivo a largo plazo del Proyecto?
Incorporar en la agenda pública nacional el tema de la pobreza como problema central a

ser atendido por todos los sectores de la sociedad venezolana.

2.2 ¿Cuál era el propósito inmediato y hasta qué punto se logró ese propósito?

El propósito inmediato del proyecto era “sensibilizar a editores y periodistas sobre la necesidad de incorporar el tema de la pobreza en la agenda de trabajo del medio, y con ello aumentar el número de notas informativas de calidad sobre la pobreza, entendiendo por calidad el abordaje del tema proactivamente, el uso de géneros periodísticos de mayor profundidad que la noticia, el uso de más de tres fuentes, la incorporación de fuentes plurales y el uso de material gráfico reciente y diverso (fotos, gráficos, ilustraciones, infografías...)”.

Aunque no tenemos cifras duras sobre el aumento de la cantidad y la mejora en la calidad de las informaciones sobre pobreza, a nuestro juicio, el objetivo general planteado se superó, pues el proyecto se fusionó con otros y logramos tener mayor y mejor alcance.

El proceso de incidencia se hizo desde la perspectiva del “Periodismo Social”, por lo cual la sensibilización abarcó muchos más temas sociales, además de la pobreza. Además, se elaboraron dos productos concretos: el Decálogo de Compromisos para un Periodismo Socialmente Responsable y la Agenda de Organizaciones Promotoras del Desarrollo “Voces de la Pobreza”, los cuales les ofrecen a los periodistas herramientas para su trabajo cotidiano.

2.3 ¿Hasta qué punto se alcanzaron las consecuencias y los resultados esperados?

Consecuencias e indicadores esperados

1. 20 periodistas y editores de distintos medios del país que trabajan en Caracas estarán sensibilizados sobre la importancia de incorporar el tema de la pobreza en la agenda periodística en sus medios de manera estratégica y no coyuntural, y tendrán herramientas para comenzar a ponerlas en práctica.
2. Porcentaje de periodistas participantes que se proponen la inclusión del tema de la pobreza de manera estratégica, identificando acciones y temas concretos (criterio mínimo de éxito: 80%).
3. Porcentaje de medios involucrados en el proyecto que incluyen el tema de pobreza de manera estratégica (criterio mínimo de éxito: 70%). Para ello, se plantea la realización de un arqueo de notas informativas

Consecuencias logradas (separado por género)

1. 38 periodistas y editores de tres medios impresos del país: El Carabobeño (Carabobo), El Tiempo (Anzoátegui) y La Verdad (Zulia), y afiliados al Colegio Nacional de Periodistas de Caracas participaron en los talleres sobre periodismo social que diseñamos para sensibilizar y dotar de herramientas para la cobertura de la pobreza en la prensa. Del total de participantes, 19 fueron hombres y 19 mujeres. Además, se entregaron más de 150 agendas “Voces de la Pobreza” a periodistas y editores de medios nacionales y regionales.
2. De acuerdo con nuestra evaluación, 83% de los participantes catalogaron como “excelente” y 17% como “bueno” el valor utilitario de los contenidos del taller en función de su futuro

<p>posterior a la aplicación del taller para comprobar si efectivamente se dio un cambio en la cobertura periodística.</p> <p>Resultados e indicadores esperados</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 20 periodistas y editores de distintos medios de comunicación impresos tienen conocimientos sobre el problema de la pobreza y su tratamiento periodístico, así como un directorio de fuentes temático, que les permitirán mejorar cualitativa y cuantitativamente la cobertura periodística de la pobreza en sus respectivos medios. 	<p>desempeño profesional y mostraron, en las preguntas cualitativas, disposición a mejorar la calidad de sus textos en aspectos tales como la pluralidad de fuentes y contextualización de los hechos (antecedentes, causas, consecuencias...)</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. No se hizo el arqueo por retrasos en el proyecto. <p>Resultados logrados (separado por género, si es aplicable)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 38 periodistas y editores (19 hombres y 19 mujeres) tienen conocimientos sobre el problema de la pobreza y su tratamiento periodístico. 2. Más de 150 periodistas y editores de todo el país tienen en sus manos un cuaderno de notas con tres anexos: los resultados de la investigación, un conjunto de efemérides con sentido social y un directorio de organizaciones promotoras del desarrollo. 3. 150 periodistas y editores de todo el país tienen en sus manos un Decálogo de Compromisos para un Periodismo Socialmente Responsable. 4. 246 estudiantes y profesores (60 hombres y 186 mujeres) recibieron charlas sobre periodismo social y reflexionaron sobre el Decálogo de Compromisos para un Periodismo Socialmente Responsable. 5. 20 medios de comunicación fueron visitados para promocionar la agenda “Voces de la Pobreza” y entrevistarse con periodistas y editores. 6. Presentación de los resultados de
--	--

	<p>la investigación al Consejo de Lectores de la Cadena Capriles (Caracas)</p> <p>7. Difusión de los resultados y el decálogo a través de nuestra cuenta twitter (@medianalisis).</p> <p>8. Difusión de la investigación a través de nuestra página web.</p>
<p>2.4 ¿Hizo otras observaciones? Mencione toda cosa que pueda ilustrar los beneficios que surgieron a raíz del proyecto.</p>	
<p>En general, los periodistas y editores consideraron de gran valor práctico el contenido de la agenda “Voces de la Pobreza”. En Venezuela no existe un directorio de organizaciones promotoras del desarrollo actualizado, tal y como se incluyó en el cuaderno de notas. De igual forma, las efemérides con sentido social fueron bien recibidas, pues les sirven de “excusas” para poner sobre la mesa temas sociales.</p> <p>En los talleres y charlas surgieron decenas de reflexiones respecto a los medios de comunicación venezolanos y su rol en el marco de la polarización política actual. De igual forma, consideraron su papel frente al poder.</p> <p><i>“La pobreza y otros problemas de los venezolanos son temas delicados que requieren ser tomados con mucha responsabilidad... y realizar un llamado a la conciencia de quienes gobiernan” (Est, 25, m)</i></p> <p><i>“Es una necesidad para los medios... replantearse métodos, procesos y sistemas” (Edi, 34, ni)</i></p> <p><i>“Considerar otros géneros periodísticos para abordar los acontecimientos y brindarle al lector un nuevo enfoque de la información que vaya más allá de lo evidente (Edi, 27,f)</i></p>	
<p>2.5 Describa toda consecuencia inesperada que haya resultado del proyecto.</p>	
<p>Dado que el taller se diseñó para abordar a los participantes desde su visión de la sociedad (incluso estereotipos) y de la labor del medio, sus apreciaciones fueron mucho más profundas y cuestionadoras respecto a su labor, como los criterios que utilizan para decidir qué información se publica; la relación medio-ciudadano; la falta de seguimiento a hechos importantes; la falta de espacio y tiempo para explicar procesos; los usos que le da el ciudadano a la prensa.</p> <p>Respecto a la investigación, encontramos un diario con muchos textos sobre pobreza. Al revisar el por qué, encontramos que la mitad correspondían a espacios de participación ciudadana. En este sentido, decidimos promover estas secciones como mecanismos directos para que los ciudadanos en situación de pobreza se expresen. Fuentes internas de ese medio nos dijeron que el gobierno revisa el impreso diariamente para hacer seguimiento a denuncias.</p>	
<p>2.6 Describa cualquier consecuencia negativa que Ud. haya observado a raíz del proyecto.</p>	
<p>Ninguna.</p>	

<p>2.7 ¿Observó algún impacto (positivo o negativo) en el contexto más amplio que pueda estar relacionado con las intervenciones del proyecto?</p>
<p>En una investigación posterior logró verse <i>grosso modo</i> el uso de las herramientas de periodismo social en la fuente de política, por lo que suponemos que los criterios expuestos en los talleres se están usando en varias secciones del periódico.</p>
<p>2.8 ¿Qué métodos usó para evaluar las consecuencias e impacto?</p>
<p>Administración de hojas de evaluación luego de las actividades (Se anexa modelo).</p>
<p>2.9 Describa las y los beneficiarias/os directas/os del proyecto implementado en relación a lo que mencionó en la solicitud) indique el número de mujeres y de hombres. Indique si hubo beneficiarios indirectos.</p>
<p>38 periodistas y editores (19 hombres y 19 mujeres), pertenecientes a tres diarios del país: El Carabobeño (Carabobo), El Tiempo (Anzoátegui) y La Verdad (Zulia), y afiliados al Colegio Nacional de Periodistas de Caracas.</p> <p>246 estudiantes y profesores de Comunicación Social (60 hombres y 186 mujeres) correspondientes a 7 universidades de cuatro ciudades del país (Univ. Católica Santa Rosa y Univ. Católica Andrés Bello, Caracas; Univ. Arturo Michelena, Valencia; Univ. Fermín Toro y Univ. Yacambú, Barquisimeto; Univ. Cecilio Acosta y Univ. Rafael Beloso Chacín, Maracaibo).</p> <p>Más de 200 periodistas, editores, representantes de organizaciones sociales y estudiantes de comunicación social tienen en sus manos la agenda “Voces de la Pobreza”, con los resultados de la investigación, así como las efemérides sociales y el directorio de organizaciones promotoras del desarrollo.</p> <p>De forma indirecta se beneficiaron los investigadores de medios y sociólogos que trabajan el tema de la pobreza, quienes encuentran en el estudio datos novedosos y recientes relacionados con su trabajo.</p> <p>Las sociedad civil también se benefició, pues al estar los datos de contacto de las organizaciones no gubernamentales, centros de investigación, fundaciones y asociaciones civiles en el directorio de la Agenda, pueden ser más fácilmente contactadas por los periodistas, lo cual facilitará la difusión de su trabajo.</p>
<p>2.10 ¿Cuales son las probabilidades de que las consecuencias del proyecto se mantengan a medio y largo plazo? Por favor explicar.</p>
<p>Altas, pues hicimos incidencia en periodistas en ejercicio, pero también en estudiantes. Además, al ser la agenda una herramienta práctica, con información valiosa, estimamos que su utilidad será prolongada.</p>
<p>2.11 ¿Cuál ha sido el cambio más importante al que el proyecto ha dado origen y cuál es la evidencia clave para este cambio?</p> <p>Si algo logramos con este proyecto fue sembrar ideas respecto a la labor del medio y su relación con el ciudadano y sus necesidades, tanto en profesionales en ejercicio, como en estudiantes. La evidencia que podemos mostrar son sus propias valoraciones y comentarios. Por ejemplo, “...obliga a replantear el papel de cada periódico como guía para cada</p>

ciudadano y, en sí, ayudar al crecimiento y desarrollo del país” (Edi, 38, m); “... da pie al diseño de políticas editoriales ajustadas a lo que la gente ... necesita” (Edi, 25, f); “La prensa debería ser llevada en un sentido noticioso y de opinión, así valorar no sólo la noticia, sino lo que ésta refleja y cómo afecta” (Est, 26,f); “Ayuda a conocer el verdadero estado del periodismo y ... la forma en cómo debería ejercerse para cambiar las situaciones actuales” (Est, 21,f).

3. ACTIVIDADES

3.1 Haga un resumen de las actividades de mayor importancia que se llevaron a efecto en comparación con aquellas que se habían planificado. En caso que haya habido cambios significativos provea un resumen de las principales actividades que se han llevado a cabo en comparación con las actividades que habían planificado. Si ha habido cambios significativos, explique las razones. Si es válido, informe sobre las actividades específicas para mujeres y hombres respectivamente.

Actividades planificadas	Actividades llevadas a cabo (indique si estaban dirigidas específicamente a mujeres, a hombres, o a ambos.):	Motivos del cambio.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Hacer una pequeña investigación, a partir de la aplicación de un instrumento para la recolección de datos, que nos permita identificar las voces de los pobres, caracterizar estas fuentes y valorar sus declaraciones. 2. Divulgación de los resultados en foros públicos (estudiantes de comunicación social, medios), notas de prensa, nuestra página web y todos los medios que nos sea posible. 3. Realizar un directorio de fuentes 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se realizó una investigación para indagar cómo fue la cobertura periodística de la pobreza en cinco medios editados en Caracas (El Nacional, El Universal, Últimas Noticias, Correo del Orinoco y Diario Vea), poniendo especial énfasis en las fuentes consultadas. 2. Los resultados de la investigación se divulgaron a través de nuestra página web, twitter y la Agenda “Voces de la Pobreza”. Además, se hicieron charlas con profesores y estudiantes de comunicación social de universidades de 4 ciudades. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El único cambio que se hizo fue mudar la divulgación académica y la capacitación de Caracas al interior del país por las dificultades de acceso que tuvimos con los medios editados en la capital.

<p>académicas que estudien la pobreza en Venezuela y de representantes de organizaciones que “representen” a los pobres.</p> <p>4. Realizar talleres de capacitación para periodistas y editores de medios.</p>	<p>3. Se elaboró un directorio de Organizaciones Promotoras del Desarrollo, el cual fue divulgado (junto con efemérides sociales) en la Agenda “Voces de la Pobreza”. Además, está previsto colgarlo en nuestra página web y actualizarlo constantemente.</p> <p>4. Se realizaron 4 talleres de capacitación con periodistas y editores de medios impresos en ciudades distintas: El Carabobeño (Carabobo), El Tiempo (Anzoátegui) y La Verdad (Zulia), y afiliados al Colegio Nacional de Periodistas de Caracas</p>	
---	---	--

3.2 ¿Cuál fue la reacción de los beneficiarios a las actividades del programa?

Positiva. En general, los periodistas reaccionaron críticamente respecto al statu quo del periodismo que se ejerce actualmente. De igual forma, mostraron disposición a contribuir para ir corrigiendo y mejorando ciertas prácticas.

3.3. Si el principal motivo del Proyecto era la compra de equipo, por favor describa el impacto/cambio que el equipo ha traído a los beneficiarios.

Aunque la compra de equipo no fue el principal motivo del proyecto, los recursos entregados por la WACC sirvieron para comprar dos computadoras y no una, como estaba previsto, pues encontramos una oferta que nos permitió hacerlo. Ambos equipos han sido (y seguirán siendo) de muchísima utilidad para futuros proyectos, pues constituyen nuevos puestos de trabajo.

3.4. Si el Proyecto incluyó un taller, un seminario o una consulta, adjunte la lista de los participantes, los temas de sus presentaciones, y toda declaración u otros materiales publicados.

En el anexo.

4. CAMBIOS EN LA ORGANIZACIÓN

4.1. Mencione todos los cambios o eventos importantes que sucedieron y que afectaron directamente el proyecto. Estos cambios pueden estar relacionados con la gestión, la planificación, el personal u otros temas.

Durante el año que duró el proyecto decidimos mudar la oficina de ciudad (de Caracas a Barquisimeto). Aunque esto aún no se concreta, las personas que laboraban con nosotros decidieron buscar otros empleos, por lo cual tuvimos una alta rotación de personal. Esto nos obligó a integrar actividades de los tres proyectos que estaban en marcha para poder avanzar con todos a buen ritmo. En general, la afectación por esta situación fue mínima.

5. CONTEXTO

5.1 Mencione todo cambio importante desde que el Proyecto comenzó, en los siguientes contextos y haga un resumen de qué implica esto para la relevancia del proyecto.

Político:	El cambio más importante en este sentido fue la realización de elecciones presidenciales. Este hecho afectó TODOS los ámbitos de la vida en Venezuela y no estuvimos exentos. En nuestro caso particular, los comicios afectaron la etapa de capacitación y tal como estaba prevista, pues los medios no querían destinar tiempo a temas (mucho menos talleres de capacitación) relacionados con otra cosa que no fuera elecciones. Esta fue una razón de peso para no hacer todos los talleres en Caracas, tal y como estaba previsto.
Social:	En esta área no hubo mayores cambios. El clima de polarización continuó más o menos igual, con el agravante de las elecciones presidenciales.
Medio ambiente:	No se registraron cambios significativos. Los únicos hechos que podemos resaltar son el aumento significativo en la cantidad de lluvia caída, la cual afectó muchas regiones del país, dejando muertos, damnificados y pérdidas materiales. Particularmente, este fenómeno no afectó nuestro trabajo.

5.2 ¿Hasta qué punto sigue siendo válido el proyecto en el contexto actual? Por favor explique.

El proyecto continúa siendo totalmente válido. La pobreza, aunque estancada, sigue siendo nuestro mayor problema como país, pues de él se derivan otros (inseguridad, embarazo precoz, deserción escolar, desnutrición...). Los sectores sociales excluidos de muchos ámbitos de la vida pública siguen considerando a los medios de comunicación como plataformas de denuncia para superar su situación, pero la prensa se ha conformado con hacer esta "labor social" sin ir más allá, sin ofrecer tratamiento especial a este problema, dejando a un lado su labor formadora y orientadora del ciudadano, así como la búsqueda de la reinstitucionalización de la sociedad.

6. LIDERAZGO DE SU ORGANIZACION Y TRABAJO EN RED CON OTROS

6.1 ¿Ha contribuido el proyecto, y el apoyo que ha recibido de WACC, a que su organización esté en una mejor posición para que lidere otras iniciativas propias o iniciativas de otras organizaciones? Si su respuesta es positiva, por favor explique.
Sí. La investigación, el decálogo y la agenda han servido para difundir la imagen de Medianálisis como organización que promueve el periodismo de calidad. Además, el proyecto nos brindó la oportunidad de contactar directamente a editores y periodistas de varias redacciones, lo cual incrementó significativamente nuestro capital social. Por otra parte, el apoyo de WACC para adquirir equipos es invaluable, pues contamos con recursos para continuar desarrollando proyectos.
6.2 ¿De qué manera ha articulado y compartido buenas prácticas, aprendizajes o recursos materiales con otras organizaciones que trabajan en áreas similares o relacionadas con su trabajo? Si esto no ha sucedido hasta el momento, ¿cómo piensa hacerlo? ¿De qué manera puede ayudar WACC en esto?
Hasta el momento la investigación ha tenido difusión general, vía página web, twitter y la agenda. Sin embargo, no hemos tenido intercambio directo de materiales con otras organizaciones. Inicialmente nos planteamos una reunión con el grupo de investigadores que lidera el Proyecto Pobreza de la Universidad Católica Andrés Bello; no obstante, problemas logísticos lo han impedido. Esperamos poder hacerlo pronto.

7. CONCLUSIONES

7.1 ¿Qué lecciones y buenas prácticas han surgido de este proyecto?
Este proyecto nos dejó muchas lecciones. En primer lugar, reconocer lo difícil que es trabajar con periodistas activos, mucho más si son de medios nacionales. La apertura de los medios a la crítica y la capacitación de su personal es prácticamente nula sin “un contacto” que nos facilite la entrada.
7.2 ¿Qué desafíos y dificultades encontraron y cómo las solucionaron?
Los principales desafíos y dificultades fueron: el clima electoral reinante en el país, lo cual dificultaba la discusión de temas distintos a la política; la falta de interés de algunos medios respecto a temas sociales; el desconocimiento de la organización; el fin del año escolar en junio. Ante tales dificultades, decidimos: integrar los tres proyectos en marcha; mudar la capacitación al interior del país; visitar muchos medios y dar a conocer la organización; promover nuestra página web y twitter; priorizar las visitas a las universidades; desarrollar los talleres en el marco de la corriente de Periodismo Social, para enmarcar teóricamente la pobreza y su tratamiento en la prensa.
7.3 ¿El proyecto, tuvo algún impacto en temas de igualdad de género?
No. En Venezuela, la mayoría de estudiantes de comunicación social es de sexo femenino, así como los periodistas profesionales. En los auditorios donde estuvimos, la relación por género fue paritaria, cuando no desequilibrada a favor de las mujeres.
7.4 ¿Hay otro trabajo, o seguimiento que sea necesario?
No.

7.5 ¿Algún otro comentario?

No.

7.6 Nos gustaría recibir copias digitales de los materiales producidos tales como manuales, recursos de capacitación, y otros productos, para compartir con otros grupos. También apreciaríamos recibir copias digitales o vínculos de internet a fotos, video y audios producidos por o sobre el proyecto. Por favor indique a continuación qué está enviando.

Agenda Voces de la Pobreza (PDF), Informe Voces de la Pobreza (PDF) Decálogo de Compromisos para un Periodismo Socialmente Responsable (PDF), presentación (pptx), asistencia a talleres (jpg), hoja de evaluación modelo (docx), reseña de nuestra participación en el Consejo de Lectores de Últimas Noticias (jpg).

Nombre y cargo de la persona que presenta este informe. .

Elsa Cecilia Piña, directora ejecutiva Medianálisis

Firma:

Fecha: 16/11/2012

Versión June 2012