

La formación periodística al margen de la Universidad. Resultados de la Agência da Boa Notícia Guajuviras (Brasil)

(The journalistic training outside the University. The experience of the Agência da Boa Notícia Guajuviras, Brazil)

Gurrutxaga, Guillermo¹; Cantalapiedra, María José.²; Iturregui, Leire³

Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU), Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea. Kazetaritza I eta II Sailak. Sarriena s/n. guillermo.gurrutxaga@ehu.eus¹; mariajose.cantalapiedra@ehu.eus²; leire.iturregui@ehu.eus³

Recep.: 13.05.2019

BIBLID [eISSN 1988-3935 (2019), 17; 65-78]

Acep.: 16.07.2019

Jóvenes de un barrio de Canoas (Brasil) reciben durante cuatro meses formación periodística en la Agência da Boa Notícia Guajuviras. Es un proyecto de lucha contra la violencia. Esta investigación acude a técnicas cualitativas como la observación participante y la entrevista en profundidad para analizar los avances de su alumnado, capaz de producir y difundir trabajos en plataformas como Youtube.

Palabras clave: Periodismo. Educación. Periodismo ciudadano. Alfabetismo mediático. Educomunicación.

Lau hilabetez, Canoaseko (Brasil) auzo bateko gazteek Agência da Boa Notícia Guajuviras-en kazetaritzaren inguruko prestakuntza jasotzen dute. Ikerketa honek behaketa parte-hartzailea eta sakoneko elkarrizketa bezalako teknika kualitatiboak erabiltzen ditu ABNGko ikasleen ikasketa prozesuaren emaitzak aztertzeko: gai dira edukiak ekoizteko eta horiek hedatzeko Youtube bezalako euskarrietan.

Gako-hitzak: Kazetaritza. Hezkuntza. Herritar kazetaritza. Komunikabide alfabetismoa. Komunikazio-hezkuntza.

Un groupe de jeunes du quartier Canoas (Brésil) reçoit, pendant quatre mois, une formation journalistique dans l'Agência da Boa Notícia Guajuviras. C'est un projet destiné à la lutte contre la violence, où l'on applique des techniques qualitatives, telles que l'observation participante et les entretiens en profondeur, afin d'analyser les progrès des élèves au niveau de la production et de la diffusion de travaux dans des plateformes comme Youtube.

Mots-clés: Journalisme. Éducation. Journalisme citoyen. Alphabétisme médiatique. Educommunication.

1. INTRODUCCIÓN

¿Puede un joven que nunca pisó la Universidad convertirse en cronista, en reportero de su realidad mediante una formación específica? Partiendo de la hipótesis de que sí, el Ministerio de Justicia de Brasil y el Ayuntamiento de Canoas, localidad de 360.000 habitantes del área metropolitana de Porto Alegre, fundaron en 2010 la Agência da Boa Notícia (ABNG) en Guajuviras. Este último es un barrio de unos 65.000 vecinos, cuyos elevados índices de violencia llevaron a ambas instituciones a poner en marcha Territorio de Paz, un conjunto de iniciativas entre las que se encuentra la ABNG. Su implantación costó 724.000 reales (aproximadamente 290.00 euros)¹.

La ABNG impulsa acciones comunicativas y de producción de contenidos de periodismo ciudadano por parte de jóvenes de entre 15 y 24 años en situación de vulnerabilidad social. Para ello, el Observatorio dota de formación y recursos multimedia para la producción y difusión de información ciudadana por parte de esos y esas mismas jóvenes. La formación se desarrolla durante cuatro meses, durante los cuales el alumnado recibe tres horas diarias de clases que alternan asignaturas de producción periodística y humanística.

Este artículo identifica los resultados de esa formación no universitaria de cara al ejercicio del periodismo. Parte de la hipótesis de que el alumnado de la ABNG, concluida su estancia en ella, obtiene destrezas comunicativas y del manejo de la información que les faculta para producir y publicar contenidos informativos relacionados con su entorno. Y es que la ABNG pretende que sean capaces de visualizar y difundir aspectos de su barrio, Guajuviras, que no son abordados habitualmente por los grandes medios de comunicación. De hecho, la Prefectura de Canoas advierte de que “los medios locales divulgan periódicamente hechos y datos que van sistemáticamente reforzando una construcción identitaria negativa entre los canoenses sobre esa región de la ciudad” (Prefeitura de Canoas, 2009:1). La formación de la ABNG pretende, por tanto, democratizar la información como mecanismo de prevención de la violencia en un sector estigmatizado por los grandes medios.

2. MARCO TEÓRICO

No se pueden entender las primeras reflexiones en torno a la necesidad de democratizar la información en América Latina y su concreción en medios alternativos ignorando el aporte del pedagogo y pensador brasileño Paulo Freire. Su concepción de la educación “liberadora” tiene en el diálogo, “la única forma de comunicación” (1972:127), uno de sus fundamentos. Llegó a establecer una sinonimia entre ambos conceptos: “La educación es comunicación, es diálogo, en la medida en que no es la transferencia

1.El 4 de enero de 2010 el cambio oficial estaba en 2,4917 reales brasileños por euro.

del saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores, que buscan la significación de significados” (1972:77).

La invocación al diálogo como exclusiva forma de comunicación enlaza con la raíz de su palabra equivalente latina y su significado ancestral aludido por Kaplún (1985:64). Los estudios de este argentino, uno de los grandes teóricos de la Comunicación popular, asociaban también la comunicación con la educación. Si Freire sostiene que “la comunicación implica una reciprocidad que no puede romperse”, Kaplún sitúa el de la comunicación como un derecho fundamental.

Los hombres y los pueblos de hoy se niegan a seguir siendo receptores pasivos y ejecutores de órdenes. Sienten la necesidad de y exigen el derecho de participar, de ser actores, protagonistas, en la construcción de la nueva sociedad auténticamente democrática. Así como reclaman justicia, igualdad, el derecho a la salud, el derecho a la educación, etc., reclaman también su derecho a la participación. Y, por tanto, a la comunicación. (1985: 67)

El periodista boliviano Luis Ramiro Beltrán cita también al estadounidense Frank Gerace (1973), que residió en Bolivia y su libro, *Comunicación Horizontal*, como otro de los trabajos en torno a la Comunicación popular o Alternativa en los que subyace la impronta de Freire. Menciona asimismo Beltrán las aportaciones del comunicólogo paraguayo Juan Díaz Bordenave (1979), quien “emprendió la reflexión sistemática sobre la comunicación horizontal poniendo énfasis en la participación del pueblo en la toma de decisiones sobre asuntos de interés público por medio de la comunicación libre y dialógica” (2008: 148). Cierra la lista aludiendo al periodista peruano Rafael Roncagliolo (1977), además de al propio Kaplún. Son los autores que se destacaron durante la década de los 70 del pasado siglo por sus aportes sobre la “comunicación alternativa”, concepto que también llega a recibir las denominaciones de “participatoria, dialógica, comunitaria o grupal” (Beltrán, 2008:148).

En torno a 1990 surgió el periodismo cívico en Estados Unidos. Tiene en común con la comunicación popular su componente de reacción a una información poco democratizada. Pero si esta última ponía la información directamente en manos de las comunidades, el periodismo cívico surgió en el seno de la profesión periodística. En concreto, se atribuye su surgimiento a dos diarios, *The Wichita Eagle* y *The Charlotte Observer*. El detonante, la campaña presidencial de 1988 y las acusaciones de parcialidad y espectáculo que estudios sociológicos detectaron, con repercusiones directas en los medios: bajaron ventas. En América Latina, el primer diario en aplicar los nuevos preceptos de mayor atención a las necesidades del público fue *El Liberal*, de la ciudad argentina de Santiago del Estero (Echart, 2004).

Recogiendo la estela de su compatriota Paulo Freire, los estudiosos brasileños del periodismo cívico inciden en la conexión existente entre comunicación y educación, y encuentran en este movimiento posibilidades

relevantes de cara a utilizar la primera como vehículo para lo segundo. Assis Lima lo hace en una doble perspectiva: tanto interna, en el seno de la propia organización redaccional, como externa, de cara al público al que se dirige el medio: “El papel educativo que la práctica del periodismo cívico exige de los editores y reporteros debería ser asumido como un proceso continuado de educación para la ciudadanía” (2009:1).

En su opinión, el periodismo cívico supone, de alguna forma, un retorno a un periodismo más activo en el papel político que las y los periodistas deben tener, de cara a no ser meros transcriptores de la realidad. El periodismo cívico propone, si no un nuevo paradigma para el periodismo, sí un retorno al papel político que el profesional debería ejercer, yendo más allá del mero relato de noticias, como reivindica uno de sus fundadores de Estados Unidos, el periodista Buzz Merritt (1998). (Assis Lima, 2009:3)

Assis Lima y Cardoso Filho hacen también suya esa doble perspectiva educativa que posibilita y exige el periodismo cívico, lo que tiene a su vez consecuencias prácticas en la enseñanza y el aprendizaje del oficio periodístico en las universidades. La educación, tanto de los futuros periodistas como de los públicos a los que informan, debe ser “un proceso de construcción y transformación del conocimiento” (2012:58).

La ciudadana y el ciudadano formados podrán ser más críticos con los propios medios de comunicación, tendrán herramientas para distinguir entre el buen y el mal periodismo. El primero, para estos dos autores, deberá tener siempre al público en el centro de su agenda y enfoque, algo que habitualmente se elude.

Citan a Dewey para situar en el ánimo de lucro una de las razones por las que los medios de comunicación desvían el foco de atención de aquello que al público realmente le interesa. Achaca a sus profesionales la habitual incapacidad para discernir las contradicciones internas que conlleva esa búsqueda de réditos económicos para el medio. Como consecuencia de todo ello, llega la “desconfianza que, en general, sufren los medios de comunicación” (Assis Lima; Cardoso Filho, 2012: 57).

Los primeros periodistas profesionales en aplicar las tesis formativas del periodismo cívico en Brasil fueron quienes trabajaban en la cadena TV Cultura de Sao Paulo (Martins Barros, 2009: 48). El canal dejó un legado para que otros lo hicieran, como *Jornalismo Público, guia de princípios* (Costa Filho, 2006:72) un libro de estilo con las pautas necesarias para ejercer ese periodismo que educa y escucha al público. Le siguieron *Debates Populares*, de *Rádio Globo* de Río de Janeiro, o, incluso, *Cidades e Soluções*, en la hegemónica Rede Globo, pero esta vez, en su televisión.

Si el del periodismo cívico era un intento de democratización de la información por parte de medios y profesionales, el periodismo ciudadano nace de la posibilidad que las nuevas tecnologías brindan de que personas que no han pisado jamás una facultad de Comunicación, puedan difundir

opiniones y noticias. (Autores, 2016). Frente al tardío y limitado desarrollo que el periodismo cívico tuvo en Brasil, el periodismo ciudadano ha tenido un amplio desarrollo en el país. Y con objetivos como el de la lucha por los derechos de la infancia. Olga Guedes Bailey documenta la existencia de *O Clube do Jornal* (El club del diario), un periódico producido por centenares de niñas y niños. Lo presenta como un instrumento que les posibilita tener y difundir sus propia voz e intereses: “El periódico se concibió como un mecanismo para que expresaran sus puntos de vista sobre temas de interés, como un recurso para ejercer la “ciudadanía en formación” (Guedes Bailey, 2009:135). Lo define el proyecto como de un periodismo ciudadano basado en una comunicación dialógica y horizontal (2009:137).

De ahí surgieron iniciativas como la Fundação Casa Grande (Nova Olinda, Ceará): “Es una ‘escuela de comunicación’ para niños que les ayuda a convertirse en activos –ciudadanos-en-la-creación de la comunidad”. (Guedes Bailey, 2009:135).

Por otro lado, el desarrollo de proyectos periodísticos implantados para y por comunidades desfavorecidas, donde habitualmente la gente no puede acudir a la Universidad, pone en el foco el inacabado debate sobre si el periodismo es una profesión que requiere o no de una formación universitaria.

El propio García Márquez lo denominaba como “el mejor oficio del mundo” (2007:26), al que llegó a los 19 años, cuando era, según sus palabras, “el peor estudiante de derecho”. Todavía el periodismo “carecía de respaldo académico”. Y, de hecho, se quejaba de que la llegada de las facultades no alentaba la necesaria “curiosidad por la vida”, ni “la creatividad y la práctica” (2007:26).

Otra de las grandes figuras históricas del periodismo es el polaco Ryszard Kapuscinsky. Tampoco él se formó en ninguna facultad de comunicación y mantenía una visión crítica sobre el resultado de las mismas, puesto que llega a decir que el trabajo desempeñado por el 90% de los periodistas “no se diferencia en nada del trabajo común de un zapatero o de un jardinero” (2007:2). Sin embargo, aboga claramente por una profundización del bagaje humanístico e intelectual del profesional de la información. Así, señala la necesidad de la “constante profundización” de sus conocimientos (2007:2). “Tenemos que estar pendientes de todo y en condiciones de prever el futuro. Por eso es necesario estudiar y aprender constantemente” (2007:3). Al dar por sentado que los cínicos no sirven para el oficio, sólo ve válidos para él los “buenos seres humanos”, dotados de “empatía”, dado que, recuerda, “los periodistas trabajamos con personas”. De ahí que considere indispensable tener nociones de “psicología”, puesto que “hay que saber cómo dirigirse a los demás, cómo tratar con ellos y comprenderlos” (2007:4-5).

Hay pues, una aparente contradicción a la hora de identificar el periodismo como un oficio que se obtiene mediante la puesta en práctica de destrezas y, a la vez, señalar la necesidad de un bagaje intelectual que

requeriría de formación académica. Quizá la dicotomía pueda resolverse con una mejor adaptación de los estudios universitarios de Periodismo, algo por lo que aboga el periodista colombiano José Hernández. Muy crítico con la Universidad, a la que responsabiliza del “periodismo de grabadora, de trae-y-lleva-mensajes” (2004:80), cree, sin embargo, que “hay formas de mejorar el periodismo desde las facultades”. Y de hecho, concluye, “los periodistas también debiéramos volver a las facultades. Hay formas de tejer relaciones mutuamente provechosas desde los medios” (2004:152).

3. METODOLOGÍA

Existen otros proyectos en Brasil que tratan de mejorar la percepción que los y las habitantes de las favelas tienen sobre sí mismas mediante su capacitación y motivación de cara a que produzcan y difundan información a través de medios alternativos a los tradicionales. Río de Janeiro y el cinturón de infraviviendas que la rodean han sido y son el escenario de su profusión. En 1999 surgía el periódico *O Cidadão*, precursor del periodismo ciudadano en las favelas. En el año 2001 lo hacía *Viva Favela*. Ese mismo año surgía otro proyecto similar, cuyo nombre recuerda, de hecho, a la ABNG: la *Agência de Notícias de Favela* (ANF), un proyecto que, como los anteriores, nació en Río, pero que después se expandió por el país. También es el caso de *Rede Jovem*, “abierta a quienes deseen participar e informar (Gonzalo, 2009).

Aunque se centra en un estudio de caso, esta investigación sobre la *Agência da Boa Notícia Guajuviras* puede arrojar luz sobre los resultados que puede ofrecer la formación básica en periodismo para jóvenes y adolescentes que no acuden a la universidad. Para ello ha acudido a técnicas de investigación cualitativas. Así lo recomendaba la pequeña dimensión del universo de personas participantes (40 en cada uno de sus dos turnos) en la ABNG. La aproximación a los objetivos e hipótesis planteados desde cifras porcentuales hubiera arrojado resultados irrelevantes, no extrapolables en el tiempo ni a futuros universos, si se considera como tales a los distintos grupos de alumnos y alumnas que inician cada curso de la *Agência*.

Por el contrario, la investigación cualitativa profundiza en expectativas, actitudes, inquietudes, problemas, logros... que viven y perciben las personas beneficiarias de la *Agência*, una información llena de matices que la investigación cuantitativa no permitiría alcanzar. Señala Latiesa (1991:35) que “no intenta ser neutra ni objetiva, sino que el investigador estudia la realidad desde dentro, participando muchas veces de aquello que estudia, para comprenderlo mejor. Castro, Castro y Navarro (2005:115) destacan su idoneidad para obtener “información sobre los procesos motivacionales, cognitivos, emocionales, etc...”.

La investigación incluyó técnicas como la observación participante, grupos de discusión y entrevistas, tanto en profundidad como semiestructuradas. Dado que la investigación original menciona a menores, en ella sus nombres

se encuentran codificados. El trabajo de campo se desarrolló mediante sendas estancias en Brasil durante los años 2011 y 2012. No obstante, la recogida de resultados se mantuvo abierta hasta el año 2014 a través de cuestionarios y contactos telefónicos con sus responsables. Por último, el análisis bibliográfico de este artículo ha sido actualizado.

Este equipo investigador acudió, prácticamente a diario, al turno de tarde de la Agência da Boa Notícia Guajuviras durante dos meses. Lo hizo siguiendo las pautas establecidas por Taylor y Bogdan (1994) para la observación participante.

Las entrevistas en profundidad se llevaron a cabo con Andrea Martins de Freitas y Neusa Ribeiro. La primera es la persona que concibió el proyecto de la ABNG. La segunda es profesora de Comunicación en la Universidad Feevale. Experta en comunicación comunitaria, es parte activa en la colaboración entre Feevale y la ABNG en el convenio que su universidad y la de los autores de este artículo tiene de cara a investigar las posibilidades del periodismo ciudadano a través de la ABNG. El cuestionario planteado a Martins de Freitas se dividía en tres bloques. Por un lado, buscaba datos sobre el funcionamiento de la Agência, como el de su presupuesto y organización. Por otro, pretendía ahondar en el porqué y los objetivos del proyecto. Vinculadas con la finalidad de la Agência como proyecto contra la violencia juvenil estaban relacionadas las preguntas formuladas a Ribeiro. Incidían, especialmente, en la visión que los medios de comunicación del entorno ofrecen sobre Guajuviras y las posibilidades de la comunicación como instrumento para el empoderamiento de sus jóvenes.

También fueron entrevistados, a través de cuestionarios semiestructurados, los seis docentes del turno de la tarde de la segunda promoción de la ABNG (la mayoría también daba clases en el de la mañana). En su caso el cuestionario se centraba en las destrezas técnicas adquiridas por el alumnado así como en la evolución de su aprendizaje. Y se realizó una entrevista grupal a tres profesoras de centros escolares de Guajuviras centrada en el antes y el después del alumnado suyo que acudía a la Agência.

4. RESULTADOS

La Agência da Boa Notícia Guajuviras (ABNG) puede identificarse con una escuela de comunicación. Pero con matices. Su alumnado aprende técnicas de comunicación en su vertiente periodística, comunicar para informar a un público. Hasta ahí sí puede identificarse con un centro de enseñanza especializado. La edad de su alumnado, desde los 11 hasta los 25 años², y con distintos niveles de estudios, implica ya una primera diferencia con respecto a cualquier facultad universitaria.

2. Edades mínima y máxima entre el alumnado de la segunda promoción de la Agência. El proyecto estaba inicialmente concebido para jóvenes de entre 15 y 24 años.

Frente a los cuatro años que se requieren en un centro de estudios superiores, durante cuatro meses, las alumnas y alumnos de la Agência son formados en técnicas y lenguaje periodístico, así como en la edición de textos, imágenes y audios y en la utilización de cámaras fotográficas, vídeo, micrófonos y grabadoras.

¿Debe ser el ejercicio del periodismo algo exclusivamente reservado a sus profesionales, formadas y formados en las Universidades donde se imparten las materias y se obtiene la titulación con los que la sociedad les faculta para ello?

Neusa Ribeiro defiende la posibilidad de esa adaptación de la enseñanza del periodismo a jóvenes que no han ido a la Universidad, pero a un nivel y con unos resultados distintos a los que ofrece los cuatro años que, tanto en Brasil como en el Estado español, son necesarios para obtener la titulación universitaria que acredita a una persona para el trabajo como profesional.

Ve factible y adecuada esa adaptación, pero considera que esos cuatro meses de formación en comunicación y ciudadanía en la Agência da Boa Notícia dan como resultado, más que una o un periodista, una mejor ciudadana o ciudadano. Identifica este concepto con un ser “más completo y más libre” que podrá también acceder a mejores condiciones de vida.

Sostiene Ribeiro que cualquier persona, sea cual sea su formación intelectual previa, puede ser instruida en periodismo ciudadano, aunque distingue entre las posibilidades de aprendizaje que pueden tener quienes han terminado la Educación Secundaria, aquella necesaria para ir a la Universidad, y quienes no.

Con todo, considera que la Universidad va a seguir siendo necesaria para formar a las y los futuros profesionales del periodismo: “Un periodista formado en la Universidad tiene en su mente, en su construcción intelectual, el objetivo y la trayectoria de la profesión, está llamado para la profesión de periodista”.

En todo caso, Ribeiro apuesta por la existencia de puentes entre el modelo de formación periodística tradicional de cara al ejercicio de la profesión y aquel que se imparte en un proyecto como la Agência da Boa Notícia Guajuviras con el objetivo de reforzar el perfil ciudadano de las personas a través de la comunicación. En este sentido, atribuye a la Universidad la obligación de estimular, tanto a la ciudadanía como a la comunidad, en la interpretación consciente y crítica de la información suministrada por los medios de comunicación, a explicar cómo funcionan.

De hecho, cree que el periodismo ciudadano supone una oportunidad para el ámbito académico. Así, alega que el surgimiento de nuevos soportes y herramientas para hacer y difundir información ahonda en ese reto de fomentar el espíritu crítico y el entendimiento de los efectos de los medios de comunicación sobre la población.

Andrea Martins de Freitas apunta incluso a la necesidad de desde el mundo académico se busquen respuestas ante los retos que el periodismo ciudadano suponen para la profesión periodística.

Sostiene que el modelo de formación de la Agência es más “práctica y pragmática, para que la gente ocupe su tiempo en hacer algo bien hecho, con fundamento...”, ya que el proyecto no tiene como objetivo principal la búsqueda directa de salidas profesionales para sus alumnos, sino el de “formar gente humanizante”.

Daniel Hammes, profesor de radio de la ABNG, recuerda que la formación que la Agência da Boa Notícia ofrece a su alumnado es de tan sólo cuatro meses, un tiempo que considera limitado para dominar el medio. “Los cuatro meses son suficientes para que salgan personas que produzcan contenidos con una calidad mínima”, pero insuficientes para “derribar” las barreras, lo que denomina como “instrumentos de dominación” que los medios de comunicación privados brasileños dirigen hacia las personas de condición social humilde, los prejuicios con los que pudieran llegar a ver a estas y estos jóvenes provenientes de Guajuviras. De ahí que considere que la capacitación que la Agência da Boa Notícia les da, “tal vez les inserte vocación de futuros comunicadores”, algo que después recomendaría su continuación en la Universidad, que él ve “importante, más que necesaria”. Al mismo tiempo, cree que, aunque ese paso a la Academia no se llegara a dar, los cuatro meses de formación en la Agência tienen sentido por sí mismos, puesto que “el conocimiento nunca está de más”.

¿Cómo prepara este profesional de la radio a los y las adolescentes y jóvenes que acuden a la Agência da Boa Notícia? “Mi mayor preocupación en la disciplina de Radio fue capacitarles en producir noticias radiofónicas, de qué manera se manifiestan los acontecimientos del día a día... desde mi propia experiencia”.

Desde un punto de vista meramente técnico su intención, dice, es la de “dejarles preparados para poder hacer radio”. Pero tiene en cuenta el contexto de la Agência, el resto de las materias que se les imparten: “Sabiendo que el curso tiene clases de sobre Derechos Humanos, sobre Comunicación Ciudadana... procuro que lleven esos temas hacia la radio en base a la técnica para construir noticia”. En ese proceso didáctico encuentra como aliada la sencillez del lenguaje radiofónico: “Palabras cortas, palabras claras, objetivas y de fácil entendimiento”.

Laerte Dorneles se encarga de las clases de Televisión. Considera clave en la metodología formativa que aplica en la Agência un esfuerzo por adaptar sus enseñanzas a la realidad de estos y estas alumnas. En este sentido, alude a que, por encima de otros condicionantes como los sociales o el barrio en el que viven son, sobre todo, jóvenes. De hecho, considera que esa es la condición que más marca a su alumnado de la Agência: “Sería similar si en lugar de trabajar en Guajuviras, lo hiciera en otro barrio más rico”. De

ahí que intente llegar a ellos mediante la propuesta de temas que conecten con los que como jóvenes más les interesan e inquietan.

Adaptada esa enseñanza de las técnicas y el lenguaje del periodismo televisivo, Dorneles considera que es posible transmitir fuera de la Universidad las reflexiones y el nivel de profundidad necesarios para que una persona pueda trabajar con una cámara o ponerse delante de ella. No tiene duda. Cuando se le pregunta si cree posible que estudiantes de la Agência puedan trabajar profesionalmente en la comunicación, su respuesta es concisa y, a la vez, rotunda: “Acredito que sí”. ¿Cómo otro profesional que fue a la Universidad? Dorneles encuentra en la Agência condiciones básicas que, en cambio, no siempre halla en los campus. Sobre todo, en lo relacionado con el “espíritu crítico”, una carencia que atribuye a muchos de sus colegas que sí fueron formados en la Universidad.

Admite Dorneles que su concepción de la profesión periodística pueda tener un punto utópico, pero en contraste con esa falta de fomento del espíritu crítico que achaca a la Academia, ve en la Agência da Boa Notícia un “interés real” y un elevado grado de concentración que permitió, por ejemplo, que las alumnas y alumnos grabaran su primer boletín “a la primera”. Y, al mismo tiempo, esos requisitos imprescindibles para ser periodista a los que alude, el “espíritu crítico” y el “ser una especie de fiscal de la sociedad”, gracias a que las materias más directamente vinculadas con las técnicas y el lenguaje del periodismo, como la suya propia de Televisión, se complementan con otras como Derechos Humanos: “Va resultando y saliendo ese periodista ciudadano que va a salir de aquí, es periodista ciudadano, tal vez no sea profesional, pero puede ser ayudante de cámara, de radio, de prensa escrita...”.

Precisamente el futuro, el fin de la formación de las y los periodistas ciudadanos es lo que preocupa a Bruno Alencastro, profesor de Fotografía. Considera que sí, que el alumnado que acude a la Agência da Boa Notícia, al menos una parte de él, está capacitado, al final de los cuatro meses de formación, para trabajar de forma remunerada en actividades o funciones relacionadas con aquello que han aprendido, pero no por exclusivo mérito del propio profesorado, sino por su inquietud y curiosidad, que les lleva a un trabajo autodidacta para manejar la imagen o la fotografía en sus perspectivas más técnicas.

En opinión de este profesor, los cuatro meses de estancia en la Agência alcanzan en las y los jóvenes un “momento de conocimiento importante” que, sin embargo, después no tiene resuelta su continuidad de cara a poder afianzar, en aquellos y aquellas a quienes interesa, esas aptitudes alcanzadas.

Porque por lo demás, solo ve como un obstáculo definitivo de cara a la inserción laboral de estos y estas jóvenes en el mundo de la comunicación los prejuicios que las empresas pueden tener por su desconocimiento sobre lo que la Agência da Boa Notícia es y hace: “Más allá de una cuestión legal”,

señala, en referencia a la reciente exención de la necesidad de un título universitario para ejercer el periodismo en Brasil, “difícilmente un medio de comunicación va a preferir un periodista de aquí a uno que haya estado cuatro años en la Universidad”.

Pero no cree que esa situación que describe se dé porque la formación ofrecida en la Agência no alcance unos estándares mínimos: “Este proyecto es único, deberían reconocer su diploma como un título certificado, porque esta experiencia es singular”.

Pese a esas dificultades que detecta en el mercado laboral de cara a su inserción, Alencastro encuentra nichos concretos, más factibles e inmediatos. Alude, en este sentido, a las radios comunitarias, los blogs, redes sociales donde comparten fotografías y llegan a otras audiencias. Ve esas posibilidades, pero no se conforma: “Aun así es poco”, dice, porque “tienen muchas competencias para practicar” con lo que ya han aprendido en la Agência.

También Greyce Vargas, profesora de Prácticas Periodísticas, considera que el aprendizaje logrado por las y los estudiantes de la Agência da Boa Notícia les permitiría, por ejemplo, “empoderarse” de fórmulas de comunicación como las radios comunitarias, de las que señala, “hay varias en Guajuviras, incluso hay radios pirata”. Ve otras salidas a su alcance para poner en práctica lo que han aprendido. En este sentido, destaca la afición por la música, algo que se da de forma general entre el alumnado de la Agência, entre el que incluso abundan quienes no solo la escuchan, también hay quien canta o toca un instrumento. Ve al alumnado capacitado para escribir sobre ello, para “apropiarse” de otros espacios como las radios libres y otras fórmulas de comunicación que existen actualmente gracias a Internet, como los blogs. Destaca su afán por hacerlo, algo que a ella le hace “feliz”, dice sentirse así “cuando ellos escriben un texto”, a pesar de las dificultades, puesto que “muchos no tienen Internet en casa” y “aunque aquí [en la Agência] hay, falla el servicio” pero siguen funcionando. Esa suma de actitud y aptitudes, dice Greyce, puede llevarles a encontrar esos espacios donde ejercer “ese poder” y apropiarse de ellos “sin arrogancia”.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La investigación llevada a cabo pone de relieve las nuevas posibilidades de inserción de la comunicación como herramienta formativa ofrecidas por el periodismo ciudadano. Podemos identificar a este como la labor de recabar, producir y difundir información llevada a cabo por personas que no se dedican profesionalmente al periodismo. La Agência da Boa Notícia encuentra en esa posibilidad de que jóvenes y adolescentes puedan practicar el periodismo ciudadano una motivación para que acudan a sus clases. La existencia de plataformas gratuitas como Youtube o las redes sociales da un sentido práctico a su aprendizaje.

Esa formación puede, por otro lado, conseguir que un alumnado joven como el de la Agência da Boa Notícia Guajuviras pueda obtener empleos relacionados directa o indirectamente con el periodismo. Entre los objetivos con los que nació la ABNG está el de dar a su alumnado “la capacitación necesaria para ampliar sus posibilidades de empleo y el incremento de su renta familiar” (Prefeitura de Canoas, 2009:9). Para ello, la ABNG apuesta por una formación centrada en los aspectos más prácticos y técnicos de la labor periodística. A la hora de aplicar su metodología preferentemente práctica, su profesorado cuenta con la ventaja de la especial predisposición y facilidad de los más jóvenes hacia la utilización de las nuevas tecnologías. Las decenas de trabajos que la Agência da Boa Notícia Guajuviras ha difundido a través, por ejemplo, de su canal del Youtube, demuestra la concreción de esa formación y esa pedagogía basada en esos aspectos más prácticos, en resultados visibles y cuantificables. Aunque no todas sus alumnas y alumnos alcancen el mismo nivel, son personas que, despertada la curiosidad o descubierta su vocación en la Agência, hacen un esfuerzo de autoaprendizaje.

Sin embargo, las personas entrevistadas en la investigación no dan por superado el debate sobre la necesidad o no de estudios en Periodismo o, al menos, en otras materias relacionadas con la comunicación, para poder ejercerlo. El debate es antiguo pero la irrupción del periodismo ciudadano ha vuelto a ponerlo de actualidad. Las nuevas tecnologías permiten que personas que no han estudiado comunicación recojan hechos a través del teléfono móvil y los difundan, o que intercambien datos u opiniones a través de blogs y las redes sociales. Es precisamente de esas oportunidades que ofrece el denominado periodismo ciudadano el que toma la Agência da Boa Notícia Guajuviras para formar a su alumnado. De hecho, terminados sus cuatro meses de estancia, obtienen un diploma que les identifica como tales. Pero las ventajas de ese concepto para la democratización y el empoderamiento de la información en un barrio con dificultades económicas y sociales, no llega a suplantar a la Universidad como el lugar en el que formar a personas que profesionalmente quieren dedicarse a la comunicación.

No obstante, la investigación demuestra que el periodismo ciudadano supone un nuevo reto para la Universidad y sus estudios sobre Periodismo y Comunicación. La posibilidad de que haya personas que puedan recabar, producir y difundir información sin ningún tipo de preparación específica ya urge, de por sí, la necesidad de que la propia Academia se reivindique ante la sociedad como el garante de una formación que contribuya a que el periodismo cumpla con el papel que le corresponde en una sociedad democrática. Más aún, cuando se demuestra que una formación de cuatro meses en los aspectos más básicos relacionados con la producción y edición de información a adolescentes y jóvenes alcanza resultados concretos como la elaboración y difusión de trabajos periodísticos de calidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASSIS LIMA, Marcus Antonio (2009). Filosofia do jornalismo cívico no jornal-laboratório 'Oficina de Notícias da UESB': uma proposta de estrutura para a sala da redação". En Fórum nacional de professores de jornalismo (FNPJ). XXII encontro nacional de professores de jornalismo. VIII ciclo nacional de pesquisa de ensino em jornalismo. *Grupo de Pesquisa: Produção laboratorial-Impresso*. Recuperado el 18 de julio de 2016 de <http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/viewpaper.php?id=574&cf=18>
- ASSIS LIMA, Marcus Antonio y CARDOSO FILHO, Jorge (2012). Jornalismo, Democracia e Educação: algumas reflexões sobre o Jornalismo Cívico. São Paulo: *Intercom-RBCC*. Recuperado el 27 de febrero de 2013 de <http://www.scielo.br/pdf/interc/v35n2/03.pdf>
- AUTORES (2014). XXX
- AUTORES (2016). XXX
- BELTRÁN, Luis Ramiro (2008). Comunicación para la democracia en Iberoamérica: Memoria y retos de futuro. *Perspectivas de la Comunicación Vol. 1 nº1*, 145-148. Temuco: Universidad de la Frontera. Recuperado el 5 de enero de 2013 de <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloautorinvitado.asp?idarticulo=1&rev=72.htm>
- CASTRO NOGUEIRA, Luis.; CASTRO NOGUEIRA, Miguel Ángel; MORALES NAVARRO, Julián (2005). *Metodología de las Ciencias Sociales: Una introducción crítica*. Madrid: Tecnos.
- DE FREITAS, Andrea (2011). Comunicación personal.
- DORNELES, Laerte (2011). Comunicación personal.
- ECHART, Nazareth (2000). Los fundamentos de la corriente estadounidense Periodismo cívico. Evolución conceptual e implicaciones para la práctica profesional. Tesis doctoral. Pamplona: Universidad de Navarra.
- FREIRE Paulo, (1972). *La educación como práctica de la libertad*. Séptima edición. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Argentina Editores en coedición con Tierra Nueva.
- GARCÍA MÁRQUEZ, Gabriel (2007). El mejor oficio del mundo. *Chasqui, número 98*, 26-31. Quito.
- GERACE, Frank (1973). *Comunicación Horizontal*. Quito: Studium.
- GONZALO, Paula (2009). Rede Jovem. Wiki-reporteros desde las favelas de Brasil. *PeriodismoCiudadano.com*. Recuperado 31 de marzo de 2019 de <https://www.periodismociudadano.com/rede-jovem-wikireporteros-desde-las-favelas-de-brasil/>
- GUEDES BAILEY, Olga (2009). Citizen journalism and child rights in Brazil. En Allan, S. y Thorsen, E. (ed.), *Citizen journalism. Global perspectives*. Nueva York, Peter Lang.
- HAMMES Daniel (2010). Comunicación personal.
- HERNÁNDEZ, José (2004). *Periodismo: ¿oficio imposible?* Quito: Quipus-Ciespal
- KAPLÚN, Mario (1985). El comunicador popular. Buenos Aires: Humanitas.
- KAPUSCINSKI, Rober (2007). Los cínicos no sirven para este oficio. Agenda Cultural Alma Máter; No 129. Medellín: Universidad de Antioquia.

- LATIESA, Margarita (1991). El Pluralismo metodológico en la investigación social: ensayos típicos. Granada: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Granada.
- MARTÍNEZ SASTRE, Patricia (2016). Periodismo comunitario: la voz de los silenciados. Edición del 1 de noviembre de 2016. Madrid: El País.
- MARTÍNS BARROS, Luís Gustavo (2009). O Jornalismo Público praticado pelo programa 'Cidades e Soluções'. Proyecto de posgrado en Asesoría Pública. Brasilia, Centro de Educação Superior de Brasilia. Recuperado el 25 de febrero de 2013 de <http://g1.globo.com/platb/files/336/theme/jornalismo.pdf>
- PREFEITURA DE CANOAS (2009). Projeto de convênio com Pronasci do Ministério de Justiça de Brasil”
- RIBEIRO, Neusa (2011). Comunicación personal.
- TAYLOR, Steven y BOGDAN, Rober (1994) Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados. Barcelona: Paidós.
- VARGAS, Greyce (2011). Comunicación personal.
- Viva Favela (2017). O Viva Favela. Recuperado el 13 de octubre de 2017 de <http://vivafavela.com.br/>