

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS  
AMÉRICAS**

**PROYECTO PARA OPTAR POR EL GRADO DE  
LICENCIATURA EN PERIODISMO CON ÉNFASIS EN  
PERIODISMO SOCIAL**

**ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LOS REPORTAJES  
*SUEÑOS DE NAVIDAD* DE CANAL 7 EN DICIEMBRE DE  
2016**

**DANIEL DE JESÚS ZUMBADO CHAVES**

**SAN JOSÉ, AGOSTO ,2017**

## CONTENIDO

<b>Dedicatoria</b> .....	4
<b>Agradecimientos</b> .....	5
<b>Revisión filológica</b> .....	9
<b>Declaración Jurada</b> .....	10
Tablas .....	13
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	15
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b> .....	16
Planteamiento del problema.....	18
<b>Objetivos</b> .....	20
<b>Objetivo general</b> .....	20
Justificación.....	20
Antecedentes .....	22
<b>Proyecciones</b> .....	28
<b>Logros</b> .....	29
<b>Alcances</b> .....	30
<b>Limitaciones</b> .....	30
Periodismo.....	32
<b>Plano general.</b> .....	35
<b>Plano americano.</b> .....	35
<b>Plano medio.</b> .....	35
<b>Plano italiano.</b> .....	35
<b>Primer plano.</b> .....	36
<b>Primerísimo primer plano.</b> .....	36
Toma subjetiva .....	37
Movimientos de cámara .....	37
<b>Paneo</b> .....	37
Periodismo Social.....	38
Periodismo público.....	39
Pornopobreza.....	41
Código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica.....	42

Código Civil de Costa Rica.....	42
Derecho de imagen.....	43
Uso y explotación de la imagen desde el periodismo .....	44
Construcción de la realidad desde el periodismo .....	44
Manipulación mediática .....	46
Información como mercancía y medios como empresas .....	47
Enfoque .....	52
Diseño.....	52
Método .....	53
Muestreo.....	54
Unidades de análisis .....	58
Grupo focal.....	61
Entrevistas a profundidad.....	62
Análisis de contenido .....	63
<b>Proceso y recolección de datos .....</b>	<b>63</b>
<b>Métodos de análisis.....</b>	<b>64</b>
Operacionalización de las unidades de análisis.....	64
<b>CAPITULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS .....</b>	<b>67</b>
<b>Método de selección de casos <i>Sueños de Navidad</i> .....</b>	<b>67</b>
<b>Insumos audiovisuales y periodísticos .....</b>	<b>71</b>
<b>Recursos discursivos y retóricos .....</b>	<b>83</b>
<b>Percepción de la audiencia .....</b>	<b>85</b>
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>113</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>113</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>117</b>
<b>Desarrollo.....</b>	<b>122</b>
<b>Logística del programa .....</b>	<b>124</b>
<b>Presentación del producto .....</b>	<b>125</b>
<b>Elementos claves del producto .....</b>	<b>125</b>
<b>Valores generales de la propuesta.....</b>	<b>126</b>
<b>Principios que rigen el periodismo público para <i>La Voz de los Ticos</i>.....</b>	<b>127</b>
<b>Enfoque general de la elaboración de la agenda ciudadana.....</b>	<b>129</b>
<b>Principios para la cobertura de casos de pobreza .....</b>	<b>131</b>
<b>Elaboración de los casos en formato audiovisual .....</b>	<b>133</b>

<b>Realización de los debates</b> .....	133
<b>Consideraciones finales</b> .....	134

## Tablas

Tabla 1: Detalles unidades de análisis .....	65
Tabla 2: Madre con cáncer terminal estira sus días de vida para cuidar a sus hijas .....	75
Tabla 3: Pobreza y enfermedad son el diario vivir de una familia en Naranjo.....	76
Tabla 4: Adultos mayores, hija y nieta con discapacidad subsisten en la pobreza.....	78
Tabla 5: Familia de dos en Sarchí se la ingenia para sobrellevar la pobreza.....	79
Tabla 6: Madre con tumores en la cabeza lucha junto a su familia contra la pobreza.....	81
Tabla 7: Caso familia que vive en una caballeriza, <i>Sueños de Navidad</i> 2013, grupo focal de la UIA .....	86
Tabla 8: Caso madre con cáncer terminal, Grupo focal San Judas.....	87
Tabla 9: Explotación del dolor humano, grupos focales.....	88
Tabla 10: Similitudes entre casos.....	90
Tabla 11: ¿Qué tan elaborado creen que sea el caso?.....	103
Tabla 12: Percepciones.....	108
Tabla 13: Detalles La voz de los Ticos.....	122
Tabla 14: Ficha Técnica La Voz de los Ticos.....	126



## RESUMEN EJECUTIVO

En esta investigación se analiza un producto periodístico conocido en Costa Rica a través de los años, el cual se transmite cada diciembre, que es la entrega de reportajes *Sueños de Navidad*, elaborados por Teletica Canal 7, ya que se considera que tienen elementos debatibles en cuanto al trato que se le da a la imagen de las personas que ahí aparecen.

El objetivo general consiste en analizar los reportajes, para demostrar el uso persuasivo de la información periodística en relación a la respuesta del público meta. Esto debido a que se han elaborado con determinadas finalidades.

Uno de los resultados encontrados fue la muestra con detalle de los aspectos de pobreza de cada una de las familias, y cómo se utilizan los elementos audiovisuales en los reportajes para persuadir a la gente que los ve, a que colaboren, además de las percepciones que se dan en torno a esto, tanto de los expertos como de los participantes en los grupos focales.

Una de las conclusiones fue que *Sueños de Navidad* rompe el círculo tradicional en el cuál la gente solo se informa, debido a que logra generar respuestas materiales en varias personas, las cuales se asume son para una o más familias presentadas en cada caso del producto periodístico.

Finalmente, en este Proyecto de Graduación se redactará una propuesta en la cual se va a replantear una manera exactamente diferente de cómo se hace el producto de Teletica, en pro de la ciudadanía.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Se ha concebido que el periodismo conlleva responsabilidades, tanto sociales como éticas, así como tener apego a la verdad cuando se ejerce. Una de sus reglas es brindar informaciones, a fin de ayudar y contribuir con el desarrollo de los diferentes tipos de personas. Otra es constituirse en una manera de servicio y contribución con la sociedad. Para esto se apela a los principios y técnicas periodísticas que sean necesarios. Pero ha sucedido algunas veces que los periodistas, tanto costarricenses como foráneos, incurrieron en prácticas que, bajo el disfraz de servicio humano, muestran hechos de una forma que más bien puede lesionar la dignidad humana.

Para entender lo mencionado, en Costa Rica, a nivel periodístico, se han elaborado trabajos en los que se abordan problemáticas sociales que involucran ayudar a personas que se consideran de escasos recursos y pobreza extrema, ya sea por el mero hecho de informar o para procurar ayudas de las audiencias. En esta investigación se analiza el contenido de uno de estos trabajos; la serie de reportajes *Sueños de Navidad* correspondientes a diciembre de 2016, que produce Televisora de Costa Rica para emitirse en las ediciones de Telenoticias cada diciembre.

Se escogió realizar el estudio acerca de las situaciones relacionadas con ese producto, ya que cuando se ve la presentación de las familias ha llamado la atención de cómo se maneja el discurso periodístico con el que se han referido a cada uno, así como el manejo audiovisual que se le ha dado a cada reportaje. Esto abarca el estudio de cómo se ha realizado la presentación de estos, ya que el Proyecto de Graduación es precisamente para evidenciar la manera en que la información respectiva es tratada y dada a conocer a su audiencia y lo que se ha pretendido con esto.

En el presente trabajo se intente investigar y analizar las situaciones relacionadas con la serie de reportajes, debido a que es necesario responder el tema de mostrar la pobreza en estos. Además, puede constituirse en un trabajo que, quien lo lea, entienda todo lo que ha conllevado la realización no sólo de *Sueños de Navidad* desde la parte periodística sino todo el trasfondo que tienen y que es clave en su producción.

Para esta investigación los objetivos, alcances y proyecciones, están relacionados entre sí por la naturaleza de la investigación. Todo esto, con el fin de examinar con detalle la

composición, tanto estructural como esencial de los casos que componen *Sueños de Navidad* que se presentaron en diciembre de 2016. Todo esto va a facilitar que se obtenga una visión explicativa y enriquecedora de todo lo relacionado con *Sueños de Navidad*. Al analizar ese tema, el lector se dará cuenta que la estructura y dinámica de la elaboración de los reportajes han sido similares y a su vez estos son muy similares entre sí.

En el marco referencial se mencionan los conceptos que son fundamentales para realizar la investigación, pues son los parámetros que sirven como guía para entender los conceptos y contrastarlos con los resultados que se obtengan en la aplicación de los instrumentos. Estos conceptos tienen importancia para efectos de esta investigación y se relacionan entre sí ya que sirven para contrastar y comparar los resultados que se obtengan en la investigación, y se describen y explican en el capítulo IV, para entender cómo ha sido la constitución de los reportajes, así como también las circunstancias que le atañen.

En el marco metodológico se explica con detalle los procedimientos a seguir para la realización de este Proyecto de Graduación, tomando en cuenta determinadas características sobre las que gira la presente investigación. Ahí se encontrarán los instrumentos de medición que se adecuan a las diferentes fuentes y muestras con las que se cuenta para este trabajo. También se justifica el uso de las fuentes, las personas entrevistadas y el tipo de muestra con el que se trabaja.

En el apartado de análisis de resultados se evalúa lo obtenido con la aplicación de los instrumentos. Se constituye en la base de la explicación de los elementos que forman parte de la elaboración de los reportajes *Sueños de Navidad*, por qué se realizaron de determinada manera, y la percepción y respuesta material por parte de varios televidentes luego de verlos. Aparecen explicados los resultados obtenidos en las unidades de esta investigación, en varios segmentos. Primero se hace la descripción de los resultados obtenidos por unidad y, posteriormente hay una síntesis final en la que se analiza dichos resultados con criticidad.

En el capítulo de conclusiones y recomendaciones se tomarán en cuenta ciertas consideraciones que deben mencionarse con respecto a la realización de este proyecto, con base en los resultados obtenidos en el capítulo IV. Las conclusiones son los criterios que se adquirieron posterior al análisis de resultados. Posteriormente se realizarán recomendaciones para replantear la manera en la que se comunican las situaciones que se han narrado en la serie de

reportajes.

Finalmente, esta investigación cuenta con la propuesta de un producto periodístico que aborde las temáticas de pobreza y exclusión social que se planteará con base en los resultados obtenidos en este trabajo. Las características de este, permitirán realizar actividades de cobertura periodística y producción audiovisual consideradas las más adecuadas y, la elaboración de ambos para este producto es exactamente diferente a la realizada por *Sueños de Navidad*.

### **Planteamiento del problema**

Cada año en diciembre, Televisora de Costa Rica da a conocer, mediante una serie de reportajes, diez casos de familias que atraviesan dificultades de vida, que se les evidencia que tienen carencias para subsistir en cuando a la alimentación y otras situaciones para sus vidas que no presentan lo que se considera una buena calidad de vida. Esto lo elaboran con el fin de que la gente que los vea colabore principalmente a través de donaciones, las cuales cubrirán el sueño que consiste en abastecer a cada familia con una casa, productos de línea blanca y alimentos, lo cual, desde una visión altruista, está bien, porque se trata de ser solidario con el prójimo.

Sin embargo, el problema de estudio para este Proyecto de Graduación que se analiza es cuando se muestra, con mucho detalle, los aspectos de pobreza de las familias, los momentos de tristeza que muestra cada uno en los reportajes cuando hablan de sus situaciones con respecto a la pobreza, así como las dificultades corporales y hasta mentales de algunas de las respectivas personas que integran cada caso, en el entendido de que se utiliza la parte audiovisual y discursiva por parte de quien cubre dichas situaciones de pobreza para mostrarlas a la audiencia para que ésta se dé cuenta y hasta palpe la respectiva situación que consta cada caso.

Esta cuestión se deduce a través del uso de ciertas tomas, también cuando la persona que está siendo entrevistada aparece llorando, evidenciando dolor y tristeza, con la intención de conmover a las personas que ven el caso, para que ayuden, al ver que las familias presentadas no tienen lo que se considera una calidad de vida digna y aceptable. Esto más bien puede propiciar que la audiencia sienta más lástima y compasión por estas e incluso las perpetúe como pobres, y termine ayudando con donaciones por el mero hecho de hacerlo sin tener un compromiso real de solidaridad y empatía con una o más familias.

Por todo lo anterior, hay que plantearse qué tan necesario es mostrar toda la situación de pobreza eso en procura de que la audiencia entienda la situación, pero sin afectar la imagen de quienes la padecen. Tomando en cuenta que ha habido otras ediciones de *Sueños de Navidad* la tendencia de que los televidentes ayuden a otras familias se ha vuelto incluso algo de costumbrismo, ya que es posible que ellos, después de ver algún caso se hayan impactados y ayuden nada más por tener la tranquilidad de que dieron una contribución con la cual se pueda mejorar la calidad de vida de la familia que piensa va a recibir ayuda.

La idea de ayudar familias con los reportajes *Sueños de Navidad*, es noble, solidaria y, desde una perspectiva humanitaria, denota amor por el prójimo. Pero debe considerarse el cómo comunicar las circunstancias de calidad de vida que cada una atraviesa, sin explotar la tristeza y los detalles de sus respectivas condiciones de pobreza y procurando más bien dignificarles. Aquí es donde la presente investigación aporta un valor al promover la cobertura equilibrada de hechos relacionados con la pobreza, no resaltando aspectos de esta, sin dejar la esencia de ayudar a los demás.

Cuando se visualizan los casos de familias en condición de pobreza extrema de *Sueños de Navidad*, hay similitudes presentes de cómo se componen las familias respectivas de cada caso; individuos con discapacidad física, que viven en condiciones de pobreza o pobreza extrema y que, debido a las circunstancias que han tenido que vivir les ha condicionado y por ello, tienen dificultades para salir adelante. Entonces es necesario examinar con detalle cómo fue la elección de casos para que se hagan posteriores recomendaciones al respecto, ya que se supone que, para efectos de las ediciones de 2016, había muchos casos de pobreza en Costa Rica.

Tomando en cuenta todo lo anterior, desde una mirada periodística seria y profesional, debe replantearse la manera en cómo se informan y presentan situaciones, de tal manera que estas sean equilibradas y de la forma más veraz posible, sin afectar la imagen de las personas y tampoco influir en la percepción que la audiencia pueda tener de este. Con todo esto, debe hacerse la pregunta de investigación ¿Hasta qué punto se llega, con la cobertura periodística a la explotación de dolor humano en los reportajes *Sueños de Navidad* correspondientes a diciembre de 2016, con tal de persuadir a la audiencia y lograr la respuesta material?.

## Objetivos

En seguida, se presenta las guías de la investigación, que, al ejecutarse, permiten trazar el camino y descubrir resultados que ayuden con el análisis de *Sueños de Navidad* 2016.

### Objetivo general

Analizar el contenido de los reportajes *Sueños de Navidad* de Canal 7 correspondientes a diciembre del 2016, para demostrar el uso persuasivo de la información periodística en relación con la respuesta del público meta.

### Objetivos específicos

- 1) Conocer el método de selección de los casos por presentar en dichos reportajes de 2016.
- 2) Estudiar la gestión de insumos periodísticos que sustentan cada reportaje *Sueños de Navidad*, así como su uso en la producción y postproducción.
- 3) Identificar la reacción material e inmaterial del público meta en lo que respecta de la efectividad (donativos, ayudas o rating).

## Justificación

Se considera pertinente realizar la investigación acerca del contenido audiovisual de la serie de casos de *Sueños de Navidad*, debido a que, en el ejercicio periodístico es necesario tener presente que cuando se le da cobertura a hechos que conciernen a pobreza y desigualdad social, se debe tener un manejo cauteloso acerca de, no sólo la manera en que se aborda, sino también cómo se informará al respecto de estos, ya que, cuando afectan la calidad de vida de las personas, no se deben evidenciar de manera tal, que quienes lo aprecian lleguen a tener más lástima por ellos, que un sentido de responsabilidad con el prójimo.

La serie de reportajes *Sueños de Navidad* ha sido la vía por la cual se procura brindar, mediante coberturas para Periodismo Televisivo, ayudas a diez familias, mostrando sus situaciones de vida a una audiencia para que esta ayude monetariamente y así colaboren con el fin de mejorarles su calidad de vida mediante las donaciones. También se presentan las notas en las cuales se hace las entregas materiales a estas. Para efectos de este Proyecto de Graduación, lo

que se estudiará es la manera en cómo se presentan los casos para que la gente los conozca, y no las notas propiamente de la entrega de los mensajes.

Cada medio de comunicación costarricense tiene sus respectivos métodos acerca de cómo darle cobertura periodística a los hechos que suceden en el país. Esto incluye hablar sobre la pobreza y dificultades de las personas, así como de quienes viven en condición de calle (lo que se conoce como indigencia). *Sueños de Navidad* por lo ya mencionado, se justifica que sea objeto de estudio, en este caso del material periodístico en el cual se presentan los situaciones de las familias.

Cuando se evidencia con detalle los aspectos de pobreza y dificultades de las personas, lejos de brindarles empoderamiento a ellos, más bien se les reduce a individuos que evocan lástima para provocar tristeza y compasión en las personas, con la finalidad de que estas brinden una respuesta material. Todo eso se puede deducir al apreciar varios casos presentados a través de la serie de reportajes, por la utilización de los elementos audiovisuales y el cómo se refieren a los hechos. Por eso se necesita ahondar en estos detalles para pensar y reflexionar en las prácticas que se han hecho hasta el momento.

Es necesario hacer un estudio acerca de los reportajes *Sueños de Navidad* 2016, para analizar cómo se utilizaron los recursos audiovisuales y hasta qué punto, en algunos aspectos se llega a explotar la tristeza con el fin de generar rating. Además, este trabajo puede sentar un precedente para comenzar una manera más equilibrada de cubrir informaciones acerca de familias pobres y mostrar el servicio y caridad humanitaria como una responsabilidad y compromiso con el prójimo, sin realizar discursos lastimeros que más bien hacen que las audiencias terminen adquiriendo una concepción determinada de lo que es la pobreza.

También es necesario saber por qué los encargados de la serie de reportajes, los han realizado como hasta ahora, para generar el efecto de que las personas que los vean, ayuden con donaciones y, en el caso de que se siga elaborando este producto, que aquí con este Proyecto de Graduación queden por sentando las cuestiones analizadas al respecto con el fin de que se realicen mejoras con base en todo lo evidenciado y analizado. Estas recomendaciones pueden ir desde el cómo abordar la temática de la pobreza, bajo el marco que aquí se plantea, hasta el diseño de un programa que reemplace la serie de reportajes.

Con este trabajo, aparte de analizar el tratamiento informativo de cada uno de estos, se pretende “reformular”, la manera en que se realiza la cobertura periodística con el fin de que, en cada trabajo que se vaya a realizar relacionado a temáticas sociales, se informe de manera adecuada a las personas, acerca de las situaciones que le sucedieron a cada familia que integra la serie de reportajes *Sueños de Navidad*, sin caer en la explotación del dolor humano como método para convencer a los televidentes de que se conmuevan y hagan donaciones para ayudar a cada una de estas.

Al elaborar este Proyecto de Graduación se busca resaltar los pro y los contra de la realización de la serie de reportajes *Sueños de Navidad*, porque, en el caso de que hayan próximas ediciones se haga una cobertura, que, desde el Periodismo Social y varios parámetros que se ven más adelante sea equilibrada, para que con el uso de determinados recursos audiovisuales y periodísticos se empodere a las personas que pasan por estados de pobreza y pobreza extrema.

Con este trabajo se analiza las presentaciones audiovisuales de las diez familias que hubo en el 2016, porque son precisamente las que propician por parte de Canal 7, que los televidentes ayuden y reaccionen de varias maneras y den respuestas materiales. Pero, a veces, se ignora el impacto de determinados planos televisivos, tomas, encuadres y musicalización, y más bien con la utilización de esos elementos, se les reduce a individuos que evocan lástima, con el fin de provocar tristeza y compasión en la audiencia.

### **Antecedentes**

La serie de reportajes *Sueños de Navidad* forma parte de la producción que Telenoticias, noticiero perteneciente a la empresa Televisora de Costa Rica. Transmite cada diciembre con motivos de la celebración de la navidad. Su objetivo es presentar casos de familias que viven en condiciones de pobreza y pobreza extrema, y en algunos, varias personas presentan dificultades físicas o mentales.

### **Historia**

Hay que conocer los detalles de cómo es que *Sueños de Navidad* se ha dado a conocer en la televisión costarricense, específicamente la vía en la que cada diciembre presenta los casos de

familias para que los costarricenses ayuden en Navidad. Esto para ubicarse en el contexto en el cual se sitúa el proyecto.

El programa Telenoticias, perteneciente a Televisora de Costa Rica, se originó con la base de un noticiero que inicialmente estaba para radio, y se llamó *La Palabra de Costa Rica*. De acuerdo con Saborío y Zúñiga (2006), en su tesis para optar por el grado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Periodismo titulada *Los noticiarios son noticia*; Leonel Pinto fue el dueño de ese noticiero que entonces estaba en radio Monumental y que prestó ese nombre para que estuviera en la televisión (p.12).

No obstante, fue a partir de 1970 que, bajo la dirección de René Picado, el noticiero pasa a ser televisado y adquiere el nombre que tiene actualmente: Telenoticias. Hasta ahora tiene sus ediciones, las cuales son: matutina, medio día, vespertina y nocturna. Con respecto de este, no se encontró bibliografía impresa que profundice en la historia del noticiero.

Cada diciembre, con motivo de la época navideña, se transmite *Sueños de Navidad*, en el cual se presentan diez casos de familias en condiciones de pobreza y vulnerabilidad, para que los televidentes colaboren con mejorarles su situación de vida. de una u otra forma. Cuenta hasta esta instancia con el apoyo de la Fundación Monge, que es la que brinda los menajes de electrodomésticos. La empresa Walmart colabora con los víveres, además de la Constructora Málaga, quien tiene a cargo las casas. Además, no debe dejarse de lado el tema de otras ayudas que se brindan como becas, empleos, etc.

*Sueños de Navidad* nació como un proyecto de responsabilidad social ideado por la periodista Pilar Cisneros, que en ese momento era la directora de Telenoticias. Esto de acuerdo con el Lic. Marcelo Castro, jefe de información de Telenoticias y quien inició el proyecto con doña Pilar. Además, cuando se le hizo preguntas por el viernes 17 de marzo de 2017, él contestó que “la idea era involucrar a los televidentes y motivarlos a aplicar el principio de solidaridad en navidad. En el primer año se escogió a una familia humilde de Pavas. Fue el único caso que se transmitió en esa primera edición”.

La serie de reportajes *Sueños de Navidad* tuvo su origen en 1988, como una iniciativa con la cual se buscaba ayudar a personas que se consideraban necesitadas. Surgió como una colaboración desinteresada para cada familia en la época navideña, en la cual se les daba una

casa, los requerimientos que ocupaban como alimentos y juguetes a los niños. En los últimos años, para cada diciembre se eligen 10 casos y ha brindado alrededor de 250 viviendas en su historia, según la información brindada por Castro.

Según la respuesta brindada, tras el éxito del caso de la familia ubicada de Pavas, Pilar Cisneros decidió seguir participando en el proyecto. A Castro también se le realizó otra entrevista el lunes 5 de junio en las instalaciones de Teletica en Sabana Oeste, donde aseguró que “debido al éxito que tuvo en ese primer año el programa, el segundo año se escogieron cuatro casos y hubo más periodistas incorporados.

Posteriormente se incorporó al proyecto el Club de Leones, cuya sede principal se encuentra en San Sebastián, y es el que se ha encargado de estudiar a nivel país los casos de familias en condiciones de pobreza y pobreza extrema, además de coordinar junto con los patrocinadores que hayan involucrados, las entregas de las ayudas que se le brindaran a cada una de las familias, tomando en cuenta las posibilidades que hay para hacerlo.

### **Investigaciones internacionales**

Para el estudio de la serie de reportajes *Sueños de Navidad* correspondientes a diciembre de 2016 se tomará en consideración las investigaciones y trabajos fuera de Costa Rica que, si bien es cierto no son exactamente iguales a este Proyecto de Graduación, sí abordan temáticas similares en cuanto a pobreza y desigualdad. Mencionarlos sirve como parámetro para tener una noción de la línea por la cual se dirige esta investigación para con *Sueños de Navidad*.

Es necesario conocer estudios que estén relacionados con el tema por tratar, ya que brindan el panorama para entender casos que tienen cierta similitud con este y saber qué enfoque va a tener este trabajo y cómo se va a desarrollar, que será exactamente diferente a los anteriores. Al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2014), indican que “es necesario revisar estudios, investigaciones y trabajos anteriores, especialmente si uno no es experto en el tema” (p.27).

Al respecto Frías (2014) en su tesis para optar por el grado de máster en comunicación con Fines Sociales: estrategias y campañas, titulada *La pobreza infantil en la prensa: Análisis del tratamiento informativo y propuesta comunicativa para un periodismo más responsable*, hizo un análisis de cómo, desde la perspectiva periodística se aborda el tema de la pobreza que afrontan

los niños en España. Aparecen cuestiones que tienen que ver con la imagen de los niños y las vinculaciones de los hechos informativos vinculados de ese tema y además que tenía vinculación con otros temas como los de índole político y económico. Una de sus conclusiones fue:

El enfoque generalizado que se hace desde la prensa acerca de la pobreza infantil se desarrolla desde el punto de vista de la escasez material, encuadre que se deriva del que se hace de la pobreza en general. De acuerdo con esto, la pobreza infantil es vista y mostrada como una ausencia de recursos materiales que limita el acceso y/o satisfacción de ciertas necesidades; idea totalmente vinculada a la escasez de recursos económicos. Esta concepción se materializa, por ejemplo, en que los medidores de pobreza más generalizados a nivel global hacen referencia a esta perspectiva (p.121).

Si se analiza esta cita con detenimiento, se concluye que no se brinda un abordaje que contextualice y profundice el tema de la pobreza, no sólo la infantil sino a nivel general y superficialmente. De hecho, como se ve en el capítulo IV, *Sueños de Navidad* cae en cierta forma en esa tendencia.

También se encontró un trabajo realizado por Hogar de Cristo, Facultad de Comunicación y Letras Universidad Diego Portales y Fundación para la Superación de la Pobreza, (2005), titulado *La pobreza es noticia*, en el que se abordó la forma en que el tema de la pobreza se le daba cobertura en los principales noticieros, el cual decía que esta es de alto interés periodístico, y que más del 70 % de noticias relacionadas se quedan sólo en constatar este hecho. “las noticias sobre pobreza no tienden a profundizar demasiado en sus factores de generación y persistencia” (p. 41).

Trejo (2015) en su tesis doctoral, analizó noticias con contenidos relacionados a la pobreza, para examinar de qué forma se le brindó cobertura y cómo se utilizó el lenguaje en su redacción. También, se menciona el cómo se ha utilizado el lenguaje periodístico a la hora de elaborar un discurso que mencione la pobreza. La autora señaló, en una de las conclusiones de esa investigación que:

Los actores presentes en el discurso de la pobreza se pueden agrupar en dos aspectos principales: víctimas y victimarios. La mayor parte de las referencias establecen a los victimarios como el gobierno en sus tres niveles, los políticos, el crimen organizado, algunas instituciones y las grandes élites reseñadas como los poderosos. Es decir, quien detenta el poder político, el económico y quien delinque son los que dictan los destinos del resto de la población. Mientras que las víctimas se refieren a la ciudadanía en todas sus etapas y géneros, desde los bebés hasta las personas de tercera edad. Además, establece una serie de grupos vulnerables como son los indígenas, los discapacitados, los adultos mayores, los jóvenes, los campesinos y las mujeres (p.323).

Por otra parte, se hizo una investigación que mencionó el cómo se le da un tratamiento al dolor humano, desde la algodicea, que es básicamente la renuncia al dolor y que no vale la pena cuando este no tiene sentido. Lo anterior se dice porque Arizmendi (2014) en su tesis doctoral, menciona que:

Una de las mayores dificultades de la experiencia dolorosa es su ambigüedad lingüística a la hora de enfrentarnos con su definición. A pesar de que en un primer momento podemos referirnos a una delimitación intuitiva y extralingüística del dolor, al llegar a la definición desde el lenguaje nos encontraremos con una vaguedad acaso insuperable, en donde no se hace diferencia ni localización precisa (p.46).

En otro trabajo, que aborda cuestiones que son similares a las que se tratan en esta investigación, Kitzberger y Pérez (2008) abarcan el cómo ha sido el discurso periodístico en relación a la pobreza en Latinoamérica, y de ciertos aspectos que han implicado el abordaje que se le ha realizado a esta temática. Una de sus conclusiones fue:

Los pobres difícilmente se constituyen como sujetos con voz

propia en la esfera pública. Los medios hablan de pobreza-la mayor parte de las veces-estimulados por actos rutinarios de burocracias políticas y privadas tales como la publicación de informes estadísticos y demoesociales [SIC] por parte de agencias estatales, organismos internacionales y organizaciones no gubernamentales (p.81).

Además, otro estudio en el cual se estima la salida de la pobreza de un contexto social y cómo erradicarla en un lapso determinado es Chávez (2008), quien lo señala en una de las conclusiones de ese trabajo. “El tiempo de salida del pobre promedio, el tiempo promedio y el tiempo efectivo de salida pueden compararse en términos de su sensibilidad a la distribución del ingreso por debajo de la línea de pobreza” (p.45).

### **Investigaciones nacionales**

En la parte de investigaciones nacionales se pueden hallar varias que tocan los temas de pobreza y Periodismo Social. Se han realizado estudios académicos acerca del tema de la pobreza que, a pesar de que no tienen que ver propiamente con el tema de la comunicación, sí buscan explicar su origen y por qué ha prevalecido. Estos ahondan en ese tema desde una cuestión social y como una problemática

Chinchilla (2015) en su tesis para optar por el grado de licenciatura en Periodismo Social de la Universidad Internacional de las Américas, escribió acerca de que los recursos audiovisuales se deben utilizar bajo una responsabilidad ética, en procura de no minimizar ni dañar tanto la dignidad como la imagen de las personas. Una de las cosas que tiene el Periodismo Social es que “debe abarcar las escenas de forma ética y balanceada, que ayude a no crear perspectivas crueles de los casos expuestos” (p.18).

Además, Méndez (2014) en su tesis para optar por el grado de licenciatura en Periodismo Social, menciona que “El periodismo social costarricense, ya está siendo sometido a un proceso de especialización mediante licenciaturas y aún así el nivel del periodismo social no es el óptimo, se podría decir que camina a paso lento” (p.54).

Por ejemplo, Monge y Rivera (2005) en su tesis para optar por el grado de Licenciatura en Trabajo Social, tenían un capítulo destinado al hecho de referirse a las causas y efectos de la

pobreza. Al respecto mencionan “Conocer el origen del fenómeno de la pobreza, permite vislumbrar los caminos a seguir para combatirla y superarla, de ahí que no podemos cerrar los ojos a su multicausalidad.” (p.185).

Por su parte, Hernández, Masís y Quesada (2010) en su Seminario de Graduación para optar por el grado de licenciatura en Trabajo Social, realizaron un apartado acerca de las concepciones o la forma de ver la pobreza y pusieron varios hallazgos. Entre estos está “La cuestión de la marginalidad que se introdujo en el contexto de la crisis de acumulación de capital en la década del 60-70 provocando una diferenciación entre lo rural y lo urbano” (p.17). Esto implica que los conceptos relacionados con la pobreza, se originaron en un contexto en el cual había diferencias que tocaban la índole social.

Brenes, Navarro y Román (2002) también se refieren al hecho de que se mejoren los métodos y acciones para la cobertura de hechos de índole social, que realmente son delicados hasta cierto punto. Al respecto mencionan “Se debe apreciar que la realidad circundante e inmediata constituye una matriz de reflexión y acción. Por eso, la práctica informativa en los medios profesionales y alternativos debe incorporar el contexto vecinal para facilitar el reenfoque positivo de la comunicación” (p.38).

También Sánchez (2015) menciona cómo la pobreza está ligada con el nivel educativo que tengan las personas, en el sentido de que, a menor formación académica, más riesgo de tener condición de pobreza. Y que, entre mayor educación, hay más posibilidades de que una persona mejore su condición de vida. Antes de eso, ella dijo que “se evidenció la importancia de la educación como vía para reducir la probabilidad de encontrarse en pobreza o como mecanismo para salir de una situación de ingresos insuficientes” (p.20).

### **Proyecciones**

Este apartado consiste en los diferentes aspectos que se visualizan como posibilidades que pueden suceder a lo largo de la investigación. Con tomarse en cuenta estos, se facilita el manejo de las cosas que conllevan la realización de este Proyecto de Graduación acorde a las circunstancias que estén en determinados momentos. Comprenden los logros por alcanzar, los alcances a los que se puede llegar y las limitaciones que en cierta forma dificultaron la investigación.

## Logros

El presente Proyecto de Graduación tuvo varias cuestiones que posibilitaron la obtención de los datos necesarios para realizar en análisis de los reportajes *Sueños de Navidad* 2016. Varios de estos son.

1. Conocer cómo Teletica realiza la pre producción de los reportajes *Sueños de Navidad*, porque cada año hay una entrega de 10 reportajes que estructuralmente son similares, y para la elección de los respectivos casos que los componen, hay un equipo de trabajo que es el que decide cuáles van a ser, por qué, y cómo se va a transmitir en las ediciones de Telenoticias.

2. Se pudo tener acceso a los diez casos de *Sueños de Navidad*, en principio a los del sitio web [www.teletica.com/suenos](http://www.teletica.com/suenos) ya que, afortunadamente este material para el tema de investigación que se subió a la web todavía permanecía ahí, y se borrará cuando probablemente se den a conocer los casos de 2017. O sea, que a partir de diciembre, en esa dirección en web no estén los de 2016.

3. Está también presente el hecho de que los encargados de la serie de reportajes mostraron su anuencia a colaborar con este proyecto, puesto que hubiese sucedido que no pudiesen hacerlo o incluso sospechen de que se les va a cuestionar la forma en cómo se ha realizado *Sueños de Navidad* en el entendido de que crean que les van a cuestionar sin vehemencia por qué los han realizado como hasta ahora.

4. Un logro que se busca obtener es conocer con claridad cómo es que se elige cada caso, así como ver el por qué se redactan los discursos audiovisuales y periodísticos de tal manera que se logre impactar a la audiencia para que se logre obtener una reacción por parte de esta (tanto psicológica como material).

5. Se pudo evidenciar el uso y resultados de la técnica llamada porno pobreza en la elaboración de cada uno de los reportajes *Sueños de Navidad* para lograr el objetivo de que las personas ayuden. Todo esto con el fin de observar cómo es la reacción del público para determinar qué mejoras se le puede hacer a la producción de estos de ahora en adelante.

6. Sumado a lo anterior se aprecia cómo es que cada persona, entre expertos y una muestra de la audiencia seleccionada por medio de grupos focales, reaccionan al ver los casos y determinan la apreciación de ellos por lo que se muestra en cada uno. Esto es clave ya que así se

podrá mostrar la siguiente premisa: una cosa es cómo en Canal 7 se pretende que en la audiencia se entienda la serie de reportajes y otra es cómo sienten los televidentes que lo están percibiendo, que pueden ser distintos entre sí.

7. Posterior a esta investigación, se logró una propuesta con el fin de darle un manejo adecuado a las situaciones que involucren pobreza, con el fin de que se evite mostrar y proyectar a determinadas personas como “pobrecitos” a los que la gente vaya a ayudar de forma financiera o material, además de que estos no sean meros “ganchos” para generar rating.

### **Alcances**

En esta sección de los alcances se muestra el impacto que esta vaya a tener, tanto durante su realización como lo que puede llegar a generar si esta se da a conocer. Es hasta donde se pretende llegar con este Proyecto de Graduación.

1. La investigación servirá para desarrollar conciencia en los periodistas costarricenses de cómo informar acerca de hechos que afectan a las personas de manera equilibrada, sin ánimo de utilizarles como ganchos para “vender”, aparte de que cada caso que se muestre en el respectivo reportaje *Sueños de Navidad*, busque la manera de ayudar y empoderar a las respectivas familias que muestra y no se limite sólo a la mera ayuda material, lo que es “problema- solución”.

2. Además, se toma en consideración que, con base en todo el análisis ya finalizado, se propongan cambios en la manera de realizar las ediciones de *Sueños de Navidad* (ver propuesta), de tal manera que, a los espectadores se les brinden los casos tratados de tal manera que no se exalte el dolor humano, la miseria y que más bien las personas presentadas resulten empoderadas.

### **Limitaciones**

A pesar de que se logró el análisis efectivo de las cosas relacionada con el tema de investigación, hubo ciertas limitantes con las que se tuvo que lidiar para efectuar este trabajo. Estas deben considerarse y analizarse, para que con base en estas, se tomen las debidas precauciones a fin de realizar exitosamente otras investigaciones académicas.

1. Para la realización de este trabajo hubo que ajustarse, en el caso de la realización de las entrevistas, a la disponibilidad de cada uno de los encargados de los casos *Sueños de Navidad*, debido a que para comprender el cómo se han realizado se necesitaba la información que ellos brindaron. Los aportes de ellos se ocupaban complementarlos con el análisis propio de los

reportajes y otras deducciones de acuerdo con la teoría, con el objetivo de tener un análisis de resultados muy elaborado.

2. Otra limitación fue la disponibilidad de tiempo para realizar los dos grupos focales en función del presente trabajo. Esto porque se debe obtener los participantes que se adecuen al perfil seleccionado para ese instrumento. Esto incluye la disponibilidad para realizarlo en diferentes universidades y que los profesores, en caso de que se apliquen en sus grupos, brinden la facilidad para posibilitarlos.

3. Otra limitación que hubo fue la dificultad que hubo para realizar un análisis sustancioso y explicativo del tema de investigación. Conforme se iban analizando los datos se notaba que se desprendían diferentes aristas, las cuales se consideró debían aparecer en el análisis de resultados de modo explicativo.

## **CAPITULO II: MARCO REERENCIAL**

En el presente capítulo se abordan conceptos fundamentales en el desarrollo de esta investigación, los cuales proporcionan los conocimientos necesarios para realizar el análisis detallado del contenido de los reportajes *Sueños de Navidad*. Varios de estos servirán para contrastar con los resultados obtenidos en el capítulo IV.

Es necesario tener fundamentos argumentados, así como también su manejo a la luz del Periodismo Social, por la naturaleza de la investigación, ya que estos servirán como parámetro para comparar y contrastar los resultados que se hayan obtenido. Se hará referencia a estos ya que su conocimiento permite tener parámetros de medición para el análisis de resultado, lo que Hernández *et al* (2014) denominan como revisión de la literatura, la cual “debe ser selectiva, puesto que cada año se publican en el mundo miles de artículos en revistas académicas y periódicos, libros y otras clases de materiales sobre las diferentes áreas del conocimiento” (p.61).

Cada concepto presente en este capítulo, tiene el respaldo de referencias tanto de libros como artículos académicos, que servirán como respaldo y fundamento de lo que se obtenga con este trabajo y para el análisis e interpretación de los reportajes *Sueños de Navidad*.

### **Periodismo**

Esta actividad consiste en la recolección de datos que se consideren de interés público, para con ellos elaborar informaciones, que sean publicadas en los diferentes medios de comunicación existentes. La manera en que se redacta debe ser precisa, concreta y entendible para el lector, a fin de que este no consuma información tergiversada o inexacta. Al respecto Martínez, M (2012) menciona que “un estilo es claro cuando el pensamiento del que escribe penetra sin esfuerzo en la mente del receptor” (p.8).

Por otra parte, Leñero y Marín (1986), mencionan varias de las facetas que debe mencionar el que ejerce esta profesión, como el dominio de las técnicas de redacción, apearse a la verdad (procurar que la veracidad esté presente en los contenidos que produzca) y el servicio comunitario (p.23).

El periodismo debe informar a la población de tal modo que se procure un equilibrio entre ideologías y los hechos que se reportaron, ya que si se manipula la información y se muestran

cosas que probablemente no correspondan con lo real, se puede prestar para hacer actos indebidos o favorecer intereses particulares. Al respecto Leñero et al (1986) señalan: “El periodismo pervierte su función cuando tergiversa, cuando miente, cuando negocia y cuando escamotea información” (p.18).

Otro tema relacionado con el ejercicio periodístico en sí, que de hecho debe hacerse más, no es solamente informar acerca de los hechos acorde al cómo se recabaron, sino procurar hacerlo de manera equilibrada, debido a que el objetivismo puro no existe, siempre habrán matices impregnados de subjetividad, desde la elección del tema, la forma en que se aborda y cómo termina presentándose ante la audiencia, esto en procura de que se entiendan las cosas de una forma que estén más apegadas a una realidad. “No sólo hay que profundizar o investigar. El resultado de ello debe transmitirse al público de tal forma que, usando el producto de la investigación, se le pueda explicar los acontecimientos” (Ulibarri, 1998, p.31).

El periodismo como tal, puede abarcar diferentes áreas según el tipo de información que se recolecte. Y tiene diversos canales o métodos para transmitirla, los cuales se componen respectivamente de distintas características que hacen a uno exactamente diferente del otro en cuanto a su realización. Está concebido para que, a través de este, las personas puedan informarse de hechos que sean apegados a la veracidad, pero que antes hayan sido previamente verificados.

Un elemento importante que contiene el periodismo es el conjunto de las cinco W, que son qué, quién, cuándo, dónde y el porqué. Esto a modo de comunicar la noticia o cualquier otra información de forma clara y además concreta. A éstas se le incorpora el cómo, esto cuando se necesita ser explicativo con los acontecimientos en procura de entenderlos en un determinado contexto y circunstancias que tienen que ver con estos.

### **Periodismo televisivo**

En el Periodismo Televisivo la esencia predominante es la imagen, ya que esta en sí comunica un hecho concreto y puede ser exactamente diferente a la locución o música que le acompaña.

Además, todo discurso periodístico que se elabore debe ir en función de las imágenes y sonidos audiovisuales que le acompañen. Aquí se trata de que por encima de los demás elementos audiovisuales se remarquen las imágenes, tomas de apoyo y demás.

La televisión es un medio que por sí mismo es capaz de influir en las personas que le consumen. De hecho, tiene la capacidad de llegarle a un montón de personas de diferentes edades, etnias, ideologías, clase social, etc. Bourdieu (1996) habla de los alcances que podía tener la televisión. “Si un medio de esas características suministra una información para todos los gustos, sin asperezas, homogeneizada, cabe imaginar los efectos políticos y culturales que de ello pueden resultar” (p.64).

### **Lenguaje audiovisual**

Para esta investigación es importante tener conocimiento de este elemento que forma parte de la producción audiovisual, ya que es mediante su uso, que se logran montar productos periodísticos para lograr determinados fines según lo que se haya planeado. El lenguaje audiovisual abarca una serie de elementos que enriquecen la información que se está presentando.

Uno de los factores que la componen es la parte visual, aquella en la que hay diferentes planos y tomas, lo que es la transmisión de imágenes. Esta es tal, que puede ayudar a un determinado fin, así como perjudicar a este, aún sin hacerlo deliberadamente, ya que, si el conjunto de medios audiovisuales se mezcla de una forma determinada, se puede obtener un resultado totalmente diferente al que se espera. Relacionado con esto, Sartori (1997) indica que “la televisión beneficia y perjudica, ayuda y hace daño. No debe ser exaltada en bloque, pero tampoco puede ser condenada indiscriminadamente” (p.42).

Otro elemento que compone este lenguaje es la música, ya que esta permite amenizar e incluso dar fluidez a lo que se está mostrando en las imágenes, con el fin de que el espectador vaya asimilando naturalmente todo lo que se presenta en el producto audiovisual. Al respecto Martínez, S (2005) señala que “el hombre es mucho más vulnerable al lenguaje audiovisual, de fácil asimilación e impacto súbito, que al meramente verbal, que exige comprensión conceptual y reflexión, procesos lentos e inciertos” (p.217).

Se debe tener en consideración que, sumado a la parte visual y musical, también está el discurso oral de la persona que está narrando acerca de una temática, ya sea para la simple noticia periodística, o algo más elaborado como un documental o un reportaje. Nietzsche (1961) citado por Martínez, S (2005) señaló que “las palabras son a menudo en la historia más poderosas que las cosas y los hechos” (p.215). Para complementar esto, lo que se dice verbalmente,

dependiendo del lenguaje que se emplee e incluso la forma de la oratoria utilizada pueden persuadir o disuadir a una audiencia acerca de cosas que pueden ser o no veraces.

En el caso de la televisión, el lenguaje audiovisual es determinante ya que se trata de incorporar imagen con sonido. Además (2011) indica que “la televisión de nuestro tiempo es la convergencia del mundo imaginario colectivo, un sistema simbólico e iconográfico mundial, que tiene que ver con el lenguaje audiovisual antes que con el canal de transmisión.” (p.86).

## **Planos**

Los planos son un componente importante en las transmisiones televisivas, ya que estos permiten la visualización desde diferentes perspectivas y ángulos acerca de lugares o personas. “La mayoría de los tipos de planos no tienen otra razón que la comodidad de la percepción y la claridad de la narración.” (Martín, 2009, p.44).

Estos sirven para dar dinamismo y claridad a lo que se quiera comunicar visualmente, acorde a lo que se pretende comunicar. Díaz y Arias (2006) citados por Ortells (2015) dicen que “El periodismo clásico recomienda el uso de planos de al menos tres segundos”. (p.49). Existen varios tipos de estos.

Los planos son importantes ya que es la forma de visualización de imágenes de determinadas maneras. De acuerdo con Chinchilla (2015), hay varios tipos de estos:

### **Plano general.**

Este plano muestra un panorama amplio en general, principalmente para ubicar a la gente en un lugar determinado en el cual acontecen ciertos hechos.

### **Plano americano.**

En plano toma a la persona como el eje principal y se capta desde la cabeza hasta las rodillas. Se llama así, porque se utilizaba mucho en las películas de vaqueros que se grababan en los Estados Unidos.

### **Plano medio.**

Este plano consiste en que se encuadra la mitad del cuerpo de la persona para que salga en una toma. Sirve para enfocarse en lo que esta hace.

### **Plano italiano.**

Este plano televisivo capta desde la parte de arriba de la cabeza hasta el mentón.

Chinchilla (2015) indica que “se requiere realizar un encuadre de cámara desde la altura del busto de las personas que se está enfocando” (p.31).

### **Primer plano.**

Este se utiliza para enfocarse con detalle en una persona, hecho o acontecimiento. Se debe utilizar con responsabilidad a la hora de entrevistar personas, porque este resalta los sentimientos y expresiones de esta, con el fin de no dañarles su imagen y procurando más bien respetar su dignidad y empoderarles.

### **Primerísimo primer plano.**

Se utiliza cuando se quiere realizar un énfasis muy detallado en un aspecto concreto, con el fin de evidenciar un detalle que puede ser determinante o que aclare una situación que haya ocurrido o que vaya a suceder en una secuencia de imágenes. Aquí el acercamiento de lente o de la cámara según sea el caso, es mayor con respecto al primer plano.

Este plano por sí mismo puede proyectar mayor detalle de cómo es una persona o de cómo esta se expresa. Chinchilla (2015) indica que este plano “proporciona un mayor acercamientos del televidente a los sentimientos del personaje, ya que este plano se utiliza mucho cuando hay situaciones que para el entrevistado resultan dolorosas o difíciles de comentar” (p.31).

### **Plano detalle.**

Aquí el objetivo es enfocarse en aspectos que con los planos anteriores no se aprecian bien. Esto es para resaltar detalles específicos, como qué tiene la cara, o el lagrimeo de los ojos, De esta manera, “se utiliza para enseñar aspectos de la realidad” (Chinchilla, 2015, p.31).

### **Plano Picada y Contrapicada**

Tanto el plano que va en picada como el que lo hace en contrapicada se efectúan desde una determinada ubicación con respecto a la persona. El plano picada es aquel en el que la cámara se ubica por encima de la persona, de modo que en la imagen se le ve por encima. “La picada hace ver a las personas u objetos más pequeñas, las minimiza en muchos de los casos, se utiliza para demostrar inferioridad del contenido captado” (Chinchilla, 2015, p.32). Esto significa que se proyecta un significado a quien lo ve.

En cuanto a la contrapicada, este se graba usando la cámara por debajo de la persona y objeto de modo tal que se le vea por debajo, e incluso pueda verse imponente. Konisberg (2014) citado por Chinchilla (2015) afirma que “hacen que el sujeto tenga una apariencia grande, dominante y hasta amenazadora. El fondo queda considerablemente reducido mientras el personaje queda dramáticamente colocado contra el cielo o el techo” (p.32).

### **Toma subjetiva**

Es aquella en la que se le da seguimiento a una acción, en la cual hay una inmersión y se visualiza en primera personas, cual si se estuviese en el individuo que ejecuta la acción mencionada. Faro (2006) citada por Chinchilla (2015) dice que “debe entenderse con un mirar con la cámara, es decir, que el objeto de una mirada y la cámara sean idénticos” (p.33).

### **Movimientos de cámara**

Mediante el uso de la cámara televisiva a la hora de realizar las grabaciones de imágenes, se puede ir movimiento con el fin de que los planos no sean estáticos y se vaya moviendo el encuadre. Chinchilla (2015) en su marco teórico indica varios tipos de estos:

#### **Paneo**

Es el movimiento de la cámara que se realiza de izquierda a derecha y viceversa, sobre una misma ubicación y eje. “Permite conocer una perspectiva amplia del lugar u objeto que se esté mostrando” (Chinchilla, 2015, p.34).

#### **Tilt**

Similar al paneo, se realiza de arriba hacia abajo y viceversa manteniendo la ubicación de la cámara en una posición fija y manteniendo un mismo eje. “Dentro de este concepto, cabe destacar que también se divide en tilt up que es la inclinación realizada hacia arriba, y el tilt down, que se refiere a la inclinación hacia abajo realizada con la cámara” (Chinchilla, 2015, p.34).

#### **Travelling**

Es el movimiento que se realiza a través de una escena, dándole seguimiento a lo que se está grabando. Con esto se puede captar el interés del espectador. Rincón (2001) citada por

Chinchilla (2015) afirma que “El travelling hacia adelante aumenta la atención y refuerza el interés. Hacia atrás baja el interés, relaja la atención y crea tranquilidad” (p.34).

### **Dolly**

Es el hecho de que cuando se está grabando una cuestión, a la vez que se hace la cámara se vaya acercando paulatinamente a esta o se vaya alejando. Esto se hace moviéndose la persona que graba con la cámara, sin hacer los movimientos de lente. De acuerdo con Hersh (1998) citado por Chinchilla (2015) “Como esta toma implica caminar con la cámara al hombro, hay mucho más movimiento. Así que solo debe utilizarse cuando hay mucha acción en la escena, para que el movimiento adicional de la cámara no distraiga demasiado la atención”. (p.34).

### **Grúa**

Es el utensilio sobre el que se coloca una cámara para que mediante este la cámara pueda desplazarse durante una filmación. Hersh (1998) citado por Chinchilla (2015) señala que para producciones audiovisuales como realización de noticias o un documental “podemos duplicar este movimiento con la cámara al hombro, porque podemos elevarla o bajarla de acuerdo con los requerimientos de la toma” (p.35).

### **SteadyCam**

Esto se refiere a la estabilidad que tenga la cámara a la hora de estar grabando cuando una persona que está haciendo esto al mismo tiempo está moviéndose, por lo que las imágenes pueden salir movidas y sin el encuadre adecuado. Vera (2003) citada por Chinchilla (2015) dice que “Un movimiento más invisible, que con cámara en mano se puede hacer, pero es más difícil. Si con la cámara en mano tienes que bajar o subir escaleras, por muy bien que esté hecho, la cámara se nota. El steadycam es más rápido y para esos planos funciona mejor” (p.35).

### **Periodismo Social**

Este tipo de actividad periodística en principio debe ser de servicio, que aporte un valor humano a una causa en concreto, sin magnificar el hecho o acontecimiento a la vez que se debe evitar la explotación del dolor ajeno. Esto consiste en darle un tratamiento a los hechos. García, Belda y Ampudia (2006) señalan que “El periodista debe huir del llamado periodismo amable, puesto que se trata de todo lo contrario, de fijar un eje social de actuación y, sobre él, hacer rotar

toda la actualidad, venga de donde venga: de los sectores políticos, económicos, sociales, culturales, etcétera” (p.41).

De acuerdo con Llobet (2006), el Periodismo Social surgió en los Estados Unidos entre 1980 y 1990. Este tipo de actividad lo que procura es que, mediante una cobertura responsable de los hechos, sobre todo los de carácter trágico, se brinde información precisa y veraz sin explotar el dolor y sin mancillar la imagen de las personas. De tal manera Cytrynblum (2000) citada por Llobet (2006) dice:

El periodismo social se basa en la mejor tradición periodística, pero da un paso adelante. No se conforma con el elemental cuidado de la información –pluralismo, independencia, chequeo, etc. propia de la tarea periodística, sino que suma su compromiso con los procesos sociales. (p.80).

Además del trato respetuoso hacia las fuentes y el poder brindar información sin caer en el sensacionalismo, el Periodismo Social busca contribuir con las causas con las que entre en contacto, con el fin de ayudar a esas personas que ya fueron entrevistadas y brindaron información, eso sí, con la consigna de que sirva a mediano y largo plazo y buscar la dignificación de las personas. “Es decir, el Periodismo Social pretende enfocar la atención de las informaciones hacia el interés humano y la vida cotidiana, profundizando en todos aquellos temas de bienestar social y afectación de los demás”. (Chinchilla, 2015, p.25).

### **Periodismo público**

Este es el tipo de ejercicio periodístico que, a diferencia de los otros, pone a los ciudadanos como el eje de la agenda. El periodismo público procura además que todo lo que se informe esté en función de las necesidades reales de los ciudadanos, a diferencia del periodismo tradicional, que da voz a las fuentes de poder, organizaciones de carácter político, económico, y a los ciudadanos los muestran como víctima, como lo hace ver Miralles (2001) en su libro *Periodismo, Opinión Pública y agenda ciudadana*, cuando dice que estos “rara vez salen como protagonistas y en su lugar se convierte al poder en espectáculo, en algo para ser observado como una realidad distante cuyas funciones competen a otros” (p.24).

Otro detalle que tiene el Periodismo Público, es que evita suponer lo que piensan otros y no tiene un imaginario colectivo de un gran conjunto de personas con determinadas características llamada “Opinión Pública”, ya que se tiene en consideración que hay diversidad de opiniones que son exactamente diferentes entre sí, tomando en cuenta esto, citando a Miralles (2001):

El problema es que tanto periodistas como políticos han sostenido que representan y hablan a nombre de la opinión pública, como una entidad abstracta que los dota de legitimidad para hablar realmente desde sus propias perspectivas. Para el periodismo resultó muy cómoda desde el principio esa postura, aún no abandonada, de sostener esa noción abstracta que les servía en sus discursos para enfrentarse o aplaudir al poder, sin molestarse realmente en establecer qué pensaba esa opinión pública (p.28).

Con este pensamiento se entiende que se parte de la noción de Opinión Pública como un ente abstracto que llega al consenso en determinados temas. Con esto se olvida que hay múltiples diferencias de pensamiento, ideología, opinión y criterios que son exactamente diferentes entre sí.

Si este tipo de Periodismo se ejerce realmente con el ciudadano como eje, se entenderán diferentes cosas que de otra forma no se hubiera podido, ya que, al apreciar los criterios de la ciudadanía, y posteriormente adquirir empatía con esta, la visión de las cosas puede distar incluso de la manera tradicional en que se les ha mirado desde el Periodismo tradicional. En ese sentido, Miralles (2010) quien después de ejercerlo durante diez años, se pronunció con amplitud:

Por un lado, me parece que es necesario refinar la crítica a los medios de comunicación, especialmente por el predominio de las lógicas comerciales y la abismal separación entre las agendas periodísticas y las agendas de la ciudadanía. Por otra parte, las experiencias del periodismo público, cuando se sintonizan adecuadamente los ciudadanos, deben permitir vislumbrar caminos, no para salvar las empresas periodísticas

sino para salvar al propio periodismo de las garras del mercado para construirlo como un actor que, en el marco de las Ciencias Sociales, transforme sus metodologías para leer y presentar la realidad. (p.54).

Esto significa que las personas involucradas con esta actividad son realmente el eje en el cual gira la agenda con la que se trabaja, teniéndoles como prioridad antes de temas comerciales que pueden involucrar al periodismo público o tradicional. Y si el periodista quien tiene a cargo eso lo tiene muy interiorizado, evita caer en situaciones de servilismo que en algunos momentos se le ha señalado al periodismo tradicional, como la publicación de contenido a cambio de favores (canje) o informaciones que solamente quieran las instituciones que se publiquen.

### **Pornopobreza**

Este término, que significa la pornografía de la pobreza, consiste en explotar cada detalle de la pobreza y miseria que atraviesan personas no sólo del lugar donde viven, sino las dificultades que esta atraviesa. Saad (2011), menciona que “en televisión es explícita en los reality donde se exponen los defectos y bajos instintos de los participantes que sueñan con ser ricos” (párr. 14).

Básicamente se trata de mostrar cada detalle de un lugar de pobreza donde vive una persona, así como la explotación del dolor humano, resaltar las deficiencias y falencias de los individuos, con el fin de hacer que una audiencia se sienta mal por el mal del otro, de tal modo que se conmueva y realice una acción posterior, en este caso ayudar. Este concepto tuvo su origen en Colombia, acuñado para señalar cuando se hacía en la década de los 90, el hecho de la prominencia de los diferentes factores problemáticos que afrontaba la sociedad colombiana. Mayolo y Ospina “s.f.” citados por Buitrago (2015) que:

Así, la miseria se convirtió en un tema importante y por lo tanto, en mercancía fácilmente vendible, especialmente en el exterior, donde la miseria es la contrapartida de la opulencia de los consumidores. Si la miseria le había servido al cine independiente como elementos de denuncia y análisis, el afán mercantilista la convirtió en válvula de escape del sistema mismo que la generó (párr.1).

Sumado a lo anterior, también se nota cuando las personas en situaciones complicadas de la vida, cuentan paso a paso cómo tienen que hacerles frente a las circunstancias. Relacionado con esto, Miralles (2001) hizo un cuadro comparativo entre el periodismo tradicional y el periodismo público, en el cual una de las características del primero, es usar los testimonios de las personas para que tenga credibilidad lo que se muestra a la gente. “Los testimonios son usados para darles intensidad o para darles credibilidad. El periodista escucha para citar” (p.50).

La pornopobreza es una técnica que consiste en apelar a la conmoción de la gente que no tiene complicaciones de subsistencia y económicas, para que ayuden de forma caritativa a las más necesitadas. Pero tiene diferentes aspectos por los que se pueden señalar. Primero, muestra la pobreza como la faceta de las carencias materiales y financieras, cuando la pobreza abarca muchas otras. Además, Roenigk (2014) citada por Chinchilla (2015) dijo que “muestra grotescas crisis, a menudo a través de historias individuales que el público puede pretender reparar fácilmente a través de una solución simple o una donación” (p.81).

### **Código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica**

El Código de Ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica es un reglamento de carácter deontológico cuya finalidad es regular la forma en que se realizan las labores periodísticas en el país, con la finalidad de que las informaciones que circulen en los medios de comunicación sean verídicas, equilibradas y que respeten los derechos humanos. Está compuesto de 40 artículos, los cuales regulan el comportamiento de las personas colegiadas en cuanto a las actividades comunicacionales que estas vayan a realizar.

El Código de Ética abarca todos los individuos que son comunicadores, no limitándose sólo al periodismo, ya que incluye también a todos los profesionales que se desempeñan en diferentes áreas de las ciencias de la comunicación colectiva, como lo son los publicistas y relacionistas públicos. Y se incluye a los productores audiovisuales. Todo esto con la intención de regular las maneras en cómo se ejercen las actividades relacionadas con la comunicación y que haya normativas que establezcan cómo hacerlo.

### **Código Civil de Costa Rica**

El Código Civil costarricense es un compendio de normas jurídicas con el fin de regular y garantizar las normativas legales que deben tener las personas tanto físicas como jurídicas en

Costa Rica. Está compuesto por 1410 artículos en su totalidad, abarcados respectivamente en 14 títulos.

En este compendio de artículos se habla del derecho a la imagen, cuya temática se va a tocar en la presente investigación. Y se menciona lo que implica su cumplimiento que aplica para los ciudadanos costarricenses.

Todas las disposiciones que hay en este Código, regulan los bienes y obligaciones de las personas. García (2007) en su informe final de graduación para obtener la maestría en Propiedad Intelectual, menciona que el Código Civil en su base “establece criterios formales, dejando el concepto material a otras ramas del derecho como la sociología jurídica, la axiología jurídica y otras formas jurídicas donde se van a analizar los elementos y antecedentes que determinan la creación de normas jurídicas” (p.17).

### **Derecho de imagen**

Uno de los conceptos que aparece de imagen y se adecua a la presente investigación es la imagen. Para efectos de este trabajo se manejará la definición de La Enciclopedia (2004) que dice que es “impresión general que alguien tiene sobre otra persona” (p.7941). En esencia esta es la manera en cómo se proyectan las personas y cómo la impresión que terceros tengan de estas, va a afectar diferentes cuestiones relacionadas con las relaciones interpersonales.

Este aspecto es importante mencionarlo como parámetro para esta investigación, ya que si eventualmente, por desconocimiento del uso adecuado del lenguaje audiovisual, se violenta el derecho a la intimidad o se reduce la dignidad de la persona a que le tengan lástima y proyectarlo como el “pobrecito”, entonces se podría incluso violentar el derecho de imagen, tergiversando su ser como personas ante terceros e incluso implicaciones legales.

Se debe tener cautela a la hora de mostrar de determinadas maneras a personas a través de la televisión. Vargas (1998) menciona que “se sugiere que las noticias relaten hechos sin exacerbar el morbo y la referencia a la familia debe hacerse solo en aquellos casos expresamente necesarios” (p.65).

A pesar del consentimiento expreso de las personas que aceptaron salir en imágenes, el derecho de imagen podría violentarse por parte del periodista si este llega a utilizarla para hacerle

quedar como alguien débil y realmente afectado por cosas de la vida, así como para reforzar su discurso que, en algunos casos, puede ir de la mano con la técnica de la porno pobreza.

### **Uso y explotación de la imagen desde el periodismo**

La imagen, desde el punto de vista televisivo, puede utilizarse para evidenciar diferentes aspectos de la vida diaria, más no se puede mostrar lo real. En apariencia, por esta razón Vargas, M (2009) apuntó a que “los grandes órganos de prensa no son meras veletas que deciden su línea editorial, su conducta moral y sus prelações informativas en función exclusiva de los sondeos de las agencias sobre los gustos del público” (p.22).

Con respecto de lo ya mencionado, una de las normas que debe cumplir el periodista y que el Colegio de Periodistas anotó en su Código de Ética (2012) es el artículo 24. “Conducirse de manera respetuosa en la obtención de las informaciones, con respeto al dolor ajeno, la privacidad y la intimidad” (p.24). Esto significa que se debe entender a las personas que se entrevistan, incluso tener empatía con ellas, ya que es necesario entender sus necesidades y opiniones.

El poder de la televisión es que, con su consumo, se puede hacer que las personas adquieran un pensamiento acerca de quién aparece en imágenes, sin necesariamente corresponder con la realidad de esa. Esto significa que es a través de las imágenes de ciertos individuos y del cómo sean presentados a nivel audiovisual y discursivo (locución) que la gente se va formando ideas de estos.

Las imágenes tienen las características de que pueden hablar por sí solas, y dependiendo de las palabras escritas o verbales que les acompañen, pueden adquirir otro significado diferente a las que tienen por sí mismas. Son evidentes y pueden persuadir a la gente ya que se tornan creíbles. Esto se justifica por la influencia que tienen. “Lo esencial es que el ojo cree en lo que ve; y, por tanto, la autoridad cognitiva en la que más se cree es lo que se ve. Lo que se parece <<real>>, lo que implica que parece verdadero” (Sartori, 1997, p. 77).

### **Construcción de la realidad desde el periodismo**

Se dice que en el ejercicio periodístico el objetivismo puro no existe, esto debido a que inevitablemente la subjetividad del periodista siempre va a estar presente en las informaciones que este compila, redacta, dé a conocer y especialmente cómo lo hace. Y también se pueden

proyectar cosas que sean imprecisas e incluso no se correspondan con lo real que hay en estas y además que son su constitución esencial; lo real no es conocido ni de lejos, sólo se conocen las realidades que es lo que se percibe y se dan a conocer según el criterio de quien lo hace.

En respaldo de lo anterior, Pindado (2005) hace entender que son exactamente diferentes entre sí las cosas que se representan y visualizan a través de una pantalla, en el caso de la televisión, y las que se perciben allá afuera a través de los sentidos de una persona. El autor menciona que:

La realidad “real” y la realidad-pantalla se sitúan en dimensiones diferentes, pero se pueden referir a un mismo contenido. En el primer caso se trata de una realidad presentada, y en el segundo, re-presentada. Del mismo modo que cuando relatamos hechos ocurridos los re-vivimos mediante la palabra, en la representación lo hacemos ayudados de imágenes. (p.16).

Hay que entender que, las realidades son construidas y presentadas con cierto matiz de subjetividad por parte de quienes lo hacen respectivamente, a pesar de que suele procurarse brindar respaldo veraz de datos y argumentos con base en estos. Como complemento a lo anterior, Sobada (2006) citado por Frías (2014) menciona la teoría del *framing*, la cual dice que las informaciones que se presentan no son el fiel reflejo de éstos, sino que hay simbolismo en su representación, y que se interpreta la realidad bajo diversos filtros como la rutina periodística y los formatos que usan para la difusión mediática (p.59).

Aquí se debe tomar en cuenta un aspecto en la construcción de la realidad desde el periodismo, que es el valor de las noticias. Es bien sabido que, en los medios de comunicación hay reuniones de periodistas que aplican unos criterios para determinar qué noticias salen publicadas y cuáles no. Frías (2014) considera al respecto al valor noticioso que se verá influido “por la estructura empresarial del medio, a través de condicionantes como la distribución departamental, la organización jerárquica o los recursos humanos y técnicos; por la línea editorial del medio, su ideología así como por el propio trabajo de los periodistas” (p.61).

Del párrafo anterior puede deducirse la posibilidad de que, si se analiza la presentación de las noticias en un determinado medio informativo, qué información tienen, cómo es el enfoque respectivo, se pueda intuir y descifrar cómo es la línea de pensamiento del medio y cómo piensan los encargados respectivos. También puede deducirse cómo se conciben las informaciones y qué tanto interés se tiene en los medios por brindar datos de forma efectiva y hasta contextualizada.

### **Manipulación mediática**

Hay diferentes maneras de hacer que la gente pueda aceptar y ver normal algo que, si se analiza realmente, es improcedente. Chomsky "s.f." menciona algunas que sirven para distraer la atención de las personas. Es el hecho de que, por medio de contenidos, se evoque emociones en las personas con la intención de conmoverlas o emocionarlas para que posteriormente realicen una acción. “Por otra parte, la utilización del registro emocional permite abrir la puerta de acceso al inconsciente para implantar o injertar ideas, deseos, miedos y temores, compulsiones o inducir comportamientos” (p.8).

El tema de manipular de forma mediática a conjuntos grandes de masas es algo que, por transmitir mensajes de forma creativa y persuasiva, así como tocar las partes sensibles de la población, se ha logrado. Por ejemplo, Adolf Hitler lo hizo con la población de la Alemania Nazi, para persuadirlos de sus objetivos. “Logró atraerse a las clases medias, los trabajadores en paro y los grandes industriales y logró que su partido se convirtiera en el grupo parlamentario más fuerte en 1932” (Salvat Editores, 2004, p.7676). Esto significa que, utilizando combinaciones de oratoria y expresión, es algo que se planea y trabaja.

Es conocido que se pueden utilizar los recursos audiovisuales y periodísticos de una manera tal para convencer a las personas de cosas que a lo mejor no son como se terminan mostrando, con tal de lograr objetivos en la gente. En el caso de la televisión, esos recursos bien pueden exagerar o distorsionar una realidad, así como mostrar diferentes imágenes, entrevistas e información, tales que le convengan a sus intereses o a los de terceros. Al respecto señala Martínez, S (2005):

La manipulación televisiva en concreto quiere aumentar el número de tele espectadores en la cadena correspondiente, lo que de alguna forma viene a coincidir con el fin de la publicidad: lograr que el público adquiriera el producto que se

anuncia; en el caso de la televisión, el producto ofertado es el conjunto de programas que se emiten. (p.213).

### **Información como mercancía y medios como empresas**

Los medios de comunicación deben generar productos para que sean consumidos por su público meta, ya que, por ser empresas, deben subsistir y seguir en actividad. Esto significa que un producto, no importa si realmente a nivel periodístico sea bueno y cumpla con las normas del periodismo, si no es consumido, genera pérdidas al medio.

Llega el punto en que una información compilada con un enfoque, se convierte en un producto más por vender en el mercado. Y para que se logre vender debe tener ciertos elementos que sean llamativos a potenciales clientes. También puede ir de la mano con lo que se conoce como la pornografía de la pobreza, ya que puede persuadir a la gente de situaciones reales de pobreza que posiblemente quienes informen la ven, y no necesariamente con el parecer de quienes las viven, que pueden pensar que eso no es pobreza.

En dado momento las informaciones, lejos de brindar un verdadero y puro servicio a la sociedad, son utilizadas para beneficios determinados por concepto de patrocinio y lucrar a través de esta, ya sea para la supervivencia del medio u otros. Esto significa que el periodismo fue alejándose del espíritu de servicio que se supone tiene para constituirse, como se señala a continuación:

La imbricación de poderes económicos y políticos desvinculados del interés general en el escenario de los medios es uno de los problemas más graves que caracteriza el ejercicio de la profesión. Esto ha hecho que algunos incluso al periodismo como un poder en sí mismo y no como el servicio que dice ser” (Miralles, 2010, p.54).

Por otra parte, los encargados de realizar las diferentes producciones televisivas no conocen plenamente a detalle, todas las características de las personas que conforman su respectiva audiencia, como lo hace ver Gans (1970) citado por Wolf (1987). Sumado a esto parten de premisas que los primeros tienen acerca de los segundos. Si esto es así, en

consecuencia, las personas consumirán una misma información y tendrán respectivas opiniones y criterios exactamente diferentes. En el caso del periodismo, ya a nivel no sólo de televisión, menciona Miralles (2010) que termina haciéndole juego a determinados intereses y “se sigue creyendo que la verdad es un dato que le dará una fuente y una construcción social” (p.54).

Es entendible que los medios de comunicación tengan que subsistir, si al fin y al cabo son empresas que necesitan tener rentabilidad y para esto cada información que publiquen termina siendo un negocio que deja ingresos, a la vez que la gente la consume. El rating siempre va a determinar el funcionamiento de un medio, y si el primero cae, se va desmoronando el segundo. Sin embargo, posibilita que sus periodistas se involucren en actividades que pueden realmente hacer que se alejen de la verdadera esencia periodística.

Más bien, por hacer eso, es que las fuentes que pueden manejar, tanto institucionales como empresariales, puedan sacar provecho de eso para respectivos beneficios, y el medio se habrá alejado de los intereses y necesidades de la población. “El círculo perverso entre publicidad y empresa periodística a la sombra del frenesí del rating o de la circulación, ha hecho que el periodismo se aleje de su función de servicio a la sociedad” (Miralles, 2010, p.54).

### **Tipos de pobreza**

La palabra “pobreza” puede definirse así. “Necesidad, estrechez, carencia de lo necesario para el sustento de la vida” (Salvat Editores, 2004, p.12353). Generalmente esta es la más conocida por las personas, ya que en su entorno o diario vivir adquirieron esa concepción que, sumado a los que los medios de comunicación le han proyectado, hace que se perpetúen ese concepto como carencia de recursos y dificultades de subsistencia, por consiguiente, asuman que este el único tipo de pobreza que hay. Sin embargo, realmente abarca muchas facetas, que no es sólo la falta de recursos económicos.

Lo anterior hace ver que la pobreza se ve en función de los recursos económicos y materiales de que pueda disponer una persona para satisfacer sus necesidades básicas. De ese aspecto hay diferentes tipos, que no se limita sólo a tener carencias para la supervivencia sino además en otras áreas de la vida de una persona. Deleeck, Van den Bosch y De Lathouer (1992), citados por Spicker “s,f,” afirman que la pobreza “no se limita a una dimensión, como por

ejemplo el ingreso; se manifiesta en todas las dimensiones de la vida como la vivienda, la educación y la salud” (p.293).

Spicker “s,f,” menciona varios tipos de pobreza como un concepto material. “La población es pobre porque no tiene algo que necesita, o cuando carece de los recursos para acceder a los recursos que necesita” (p.292). También en función de lo económico, ya que si hay falta de recursos materiales lo hay también en finanzas y cosas económicas. “Uno de los enfoques más utilizados para medir la pobreza es el de los ingresos, a tal punto que algunos científicos sociales consideran que pobreza es equivalente a bajos ingresos” (p.294).

También está la pobreza como un juicio moral, que a pesar de que se tengan objetos materiales en buen estado e incluso se viva bien, como una casa en buen estado, estos no correspondan con lo que se consideran bienes que sean de una clase o status social más alto y aceptable para esta. “La pobreza es una situación severa y se considera que las personas son pobres cuando se juzga que sus condiciones materiales son moralmente inaceptables” (Spicker, “s,f,” p.299).

Frías (2014), en su trabajo de investigación, también menciona cuáles tipos de pobreza hay, que no se limitan únicamente al arquetipo que hay acerca de esta, que es la falta de recursos para satisfacer las necesidades básicas. De acuerdo con la autora, está desde el punto de vista material, que es básicamente la carencia de bienes de este tipo y contar con muchas dificultades para adquirirlos. También menciona la apreciación que brinda la Organización de Naciones Unidas (ONU) desde ese punto de vista, la cual se complementa con lo mencionado en el párrafo anterior.

La condición caracterizada por una privación severa de necesidades humanas básicas, incluyendo alimentos, agua potable, instalaciones sanitarias, salud, vivienda, educación e información. La pobreza depende no sólo de ingresos monetarios sino también del acceso a servicios (p.17).

Está también la pobreza desde una perspectiva económica ya que está el detalle del dinero que se ocupa para financiar las necesidades básicas. Además, este tipo “también está relacionado

con el trabajo, pues la mayoría de los ingresos provienen del salario percibido a cambio de la empleabilidad de las personas” (p.19). Tiene asociación con la perspectiva anterior, pero es exactamente diferente a esta, ya que, a menor dinero, no se tendrá el poder adquisitivo suficiente para comprar bienes materiales.

Por último, está la pobreza desde un punto de vista social. Se entiende que es la carencia de habilidades sociales para relacionarse con otros y forjar amistades. En palabras de Frías (2014)

La pobreza se vincula a la dependencia, considerando que quienes la padecen precisan la ayuda de terceros para satisfacer las necesidades que ellos mismo no puede cubrir debido, también, a unas circunstancias de desigualdad. Esta asistencia puede partir de muy diversos actores, dependiendo del tipo de contexto en el que se encuentre, desde el propio Estado, a organizaciones no gubernamentales, personas motivadas por una u otra causa, e incluso desde las empresas (p.20).

### **Responsabilidad social empresarial**

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) debe manejarse para efectos de la presente investigación. Meza (2007) en su trabajo de grado presentado para optar al título de administradora de empresas titulado *La Responsabilidad Social Empresarial como factor de competitividad*, indica que “es el necesario y gratificante equilibrio entre lo social, lo económico y lo ambiental, que se encuentra a cargo de la empresa.” (p. 26).

La RSE comprende el conjunto de acciones que las empresas realizan, en función de su rendimiento económico y social con diferentes grupos sociales, debido a que estos quienes a través del consumo de bienes o servicios que brinda la empresa contribuyen al desarrollo de esta, ya que, de acuerdo con la UNIAPAC (2009) en el *Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial*, “la empresa debe caracterizarse por su capacidad para servir al bien común gracias al trabajo bien organizado, a sus prácticas de investigación y experimentación, su capacidad de detectar y satisfacer necesidades, su valentía para arreglar inversiones” (p. 10).

Se debe hacer la salvedad de que la RSE es exactamente diferente de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o la mera Responsabilidad Social, ya que cada uno conlleva diferentes aspectos que suelen llegar a confundir esos conceptos entre sí. De acuerdo con Cruz y Fernández (2016) “la responsabilidad social empresarial surge a partir de una conciencia creciente, sobre todo a lo largo de las últimas décadas, acerca de la gran repercusión social de las actuaciones empresariales. El impacto de estas actuaciones de los empresarios justifica, por tanto, la exigencia de atribuirles un sentido de responsabilidad” (p. 84).

Esto significa que en las empresas se debe actuar acorde a los impactos negativos que estas van generando y los programas de RSE deben implementarse durante el funcionamiento de esta.

## CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se describe la estructura investigativa bajo la cual se realiza este trabajo, con el fin de analizar en detalle los casos *Sueños de Navidad* y cómo se le da cobertura a la pobreza y dolor humano, así como la estructura de cada uno de estos. También, se explica el diseño de investigación, los sujetos, variables, población y muestra que se adecuan a este trabajo y los instrumentos, que de la mano con todo lo anterior, se utilizarán para obtener los resultados necesarios para su posterior análisis.

### Enfoque

El enfoque de esta investigación consiste en el camino que esta toma, el cual no se basa en cuantificar cosas o resultados. Los resultados que se obtengan van a ser exactamente diferentes entre sí, y su recolección está sujeta a determinados contextos en tiempo y espacio, así como también la naturaleza de percepción de cada persona. Por lo tanto, este trabajo es de corte cualitativo. Según Hernández *et al* (2014), los trabajos de índole cualitativo “pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos” (p.7).

Para este trabajo, se parte de la noción de que, en cada caso por analizar, se mostró con detalle la pobreza y dificultades de cada una de las familias con el fin de conmover a la audiencia de Telenoticias a ayudarles mediante donaciones de dinero. Además, se busca que sobre la marcha surjan datos, que, ya convertidos en información, sirvan de utilidad en esta investigación “el estudio cualitativo se fundamenta primordialmente en sí mismo” (Hernández *et al*, 2014, p.10).

### Diseño

La presente investigación se concibe para demostrar los detalles concernientes a la preproducción, producción y post producción de los reportajes *Sueños de Navidad*, el análisis de los elementos que componen propiamente los reportajes, su análisis a la luz de diferentes conceptos como el Periodismo Social, así como también la común reacción de la muestra ante estos casos. Siendo así, este diseño es de carácter descriptivo, ya que se va a describir los detalles de cada reportaje y cómo influye cada uno en las reacciones de las personas, dado que Hernández

*et al* (2014) indican que el objetivo del diseño descriptivo es “indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población” (p. 155).

También, sobre el tema propiamente de los reportajes *Sueños de Navidad*, no se ha realizado una investigación al respecto. Se va descubrir el impacto de estos en la muestra seleccionada, así como su análisis de contenido. Por tal motivo, la investigación también tendrá un corte exploratorio, ya que Hernández *et al* (2014) indican que este tipo de estudios “se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.” (p. 91).

En este caso, no se ha realizado un examen minucioso relacionado exclusivamente a *Sueños de Navidad*, para observar y entender todo lo que la elección y presentación de casos impacta, no sólo a nivel perceptivo de la audiencia, sino también en acciones posteriores a eso.

### **Método**

Barrantes (2002) menciona que el método “es un conjunto de principios generales que sientan las bases de una investigación” (p.49). Debido al enfoque y naturaleza de esta investigación, el método que se emplea para este trabajo mezcla varios tipos. Primero, por lo que la idea inicialmente de este trabajo es analizar con detalle cada reportaje de *Sueños de Navidad*, tendrá un método fenomenológico, en el cual “la realidad es sólo tal en cuanto que conocida, el fenómeno es el marco en el cual la realidad y el yo se funden para construir la esencia del objeto” (Salvat Editores, 2004, p. 6015).

Esto quiere decir que la premisa con que se parte para analizar *Sueños de Navidad* no es lo real, sino que es la percepción que se tiene antes de obtener los resultados en esta investigación. Entonces, una vez que se obtienen, se va vislumbrando un panorama que puede ser exactamente diferente a la concepción o noción que se tenía inicialmente.

Esta consistirá en explorar, comprender y contar las experiencias de las personas (Hernández *et al*, 2014, p. 493). Eso significa que, a través de cada relato, se puede captar no sólo el sentir de una persona, sino además cómo esta piensa. Al respecto “es la ciencia que tiene como tarea describir lo que aparece” (Barrantes, 2010, p. 20).

Hernández *et al* (2014) mencionan un tipo de fenomenología que se ajusta a la investigación, la hermenéutica, la cual enfatiza en las experiencias de las personas, así como lo

que estas transmiten con respecto a la vida (p. 494). Aquí lo que se pretende es entender cómo es que sucede lo concerniente al conjunto de reportajes *Sueños de Navidad*.

### **Muestreo**

Por ser este trabajo de tipo cualitativo, el cual no se basará en cuantificar hechos u otras cosas, lo que se ajusta a la presente investigación es abarcar una población segmentada y definida. Este conjunto de personas tendrá las siguientes características: edades entre los 20 años en adelante, además deberá contar con capacidad de análisis y que sea crítico, estudiantes universitarios ya que se mostrará la percepción detallada de cómo es que la gente concibe *Sueños de Navidad*.

De esta manera, el tipo de muestra encajaría en una de tipo no probabilística, ya que debe ajustarse a las características de la investigación. Además, esta investigación no se basará esencialmente en mostrar datos cuantificados de manera concreta, y que las maneras de efectuar la investigación pueden variar acorde a las circunstancias en las que se efectúe. También, se debe tomar en cuenta que Hernández *et al* (2014) mencionan que:

Para el enfoque cualitativo, al no interesar tanto la posibilidad de generalizar los resultados, las muestras no probabilísticas o dirigidas son de gran valor, pues logran obtener los casos (personas, objetos, contextos, situaciones) que interesan al investigador y que llegan a ofrecer una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos (p. 190).

Esto significa que los resultados en sí adquieren más importancia que la cantidad de personas y fuentes de información que los brinden, porque se busca un análisis de resultados eficaz en procura de brindar un conocimiento enriquecedor que se ajuste a una respuesta detallada de los objetivos, esto debido a que los datos pueden irse analizando al mismo tiempo que se obtienen para ir definiendo qué otras cosas se pueden indagar al respecto y para tener claro las cosas, desde una visión más amplia y sistémica de todo lo que conlleva la narración de cómo está compuesto el tema por investigar.

Para efectos de esta investigación, la muestra se obtuvo a conveniencia debido a que hubo circunstancias que hicieron que al final se trabajase con la que se pudo obtener. Los resultados de esta investigación se toman con base en el trabajo que se efectuó con esta, de tal manera que se constituye en la base para realizar las descripciones de las unidades de análisis y la posterior síntesis final de estos, en los que, con base en los datos brindados por la muestra, se brinda un análisis crítico de los obtenidos y además las descripciones de las unidades.

En el caso de esta investigación y, dadas las circunstancias en que esta se hizo, la muestra final se ajustó conforme a las personas que se encuentre. En un cuadro comparativo entre características cuantitativas y cualitativas, Hernández *et al* mencionan que el tamaño de esta muestra “depende de que comprendamos el fenómeno bajo estudio (casos suficientes). La muestra se determina de acuerdo al contexto y necesidades” (p.15).

El tamaño general de la muestra es de ocho personas en lo que respecta los grupos focales, a las que se les preguntará acerca de su percepción acerca de *Sueños de Navidad*. Eso se justifica así: Se realizó dos grupos focales en diferentes universidades, uno con tres personas y otro con 5, la sumatoria da en total el tamaño de la muestra para efectos de la percepción y respuesta material de la audiencia, entonces, en principio se incluyen a la muestra, aunque, dependiendo de la cantidad de personas que finalmente participen en su totalidad, esa muestra se ajusta y el criterio de la muestra, se ajustará a las circunstancias de la investigación.

Hay que dejar claro que, con base en la muestra y las fuentes de información a las que finalmente se acudió es que se mostrarán los resultados que se obtengan. Por la naturaleza de esta investigación y también por las circunstancias y condiciones en que se realiza el trabajo, se incluyen los siguientes tipos de sujetos y fuentes, además de los tipos de muestra que se ven más adelante. Para este trabajo se contará con diferentes tipos de personas que contribuirán con la realización efectiva y eficaz de esta investigación.

En cuanto a los participantes de los grupos focales Estas reunirán un perfil determinado. Tendrán entre 18 y 35 años, que sean estudiantes universitarios o que ya tengan algún grado académico y que sean críticos con respecto a las informaciones periodísticas y audiovisuales que se dan a conocer públicamente. Esto es necesario ya que, como sucede en el enfoque cuantitativo, el cualitativo “la recolección de datos resulta fundamental, solamente que su propósito no es

medir variables para llevar a cabo inferencias y análisis estadístico” (Hernández *et al*, 2014, p. 396).

En lo que respecta las fuentes de información, una de las primeras a las que se acudiría será la relacionada directamente con *Sueños de Navidad*, que es la empresa Televisora de Costa Rica, que administra a Teletica Canal 7, la cual contiene una videoteca con los casos concernientes a *Sueños de Navidad*, así como también la disponibilidad de estos en el sitio web de Teletica.

Hay personas que también se les entrevistará de manera profunda con respecto a los reportajes *Sueños de Navidad*. Por ejemplo, los que se han encargado de la producción de estos, es importante ya que están involucrados con la elección de los casos. De igual manera la periodista Natalia Suárez, quien es la que redacta los reportajes y está al tanto del método de elección de los mismos.

En cuanto a otras fuentes, es vital la opinión de personas que manejan el Periodismo Social, cuyos puntos de vista con respecto al análisis conjunto de reportajes ayudan a entender el contenido audiovisual y discursivo de estos a la luz de la teoría del marco referencial. Entre estas destaca la periodista Thais Aguilar Zúñiga, quien es comunicadora y conocedora del Periodismo Social, además es experta en eso y Máster en Ciencias Sociales de la Universidad de Costa Rica.

Aguilar puede pronunciarse propiamente acerca de los contenidos de cada reportaje y las implicaciones de cada uno, y su criterio puede de cierta manera coincidir (o distanciarse), de la opinión que den los individuos con los que se optó por realizar los grupos focales y las entrevistas a profundidad a encargados de producción y otros expertos.

Otra experta en lo que respecta a los temas relacionados con *Sueños de Navidad* es la Lic. Alely Pinto Bautista, quien trabajó en la unidad de Comunicación Subregional de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y es consultora internacional para la erradicación del trabajo infantil. Ella, por tener contacto y manejo de lo relacionado con los derechos humanos y la dignidad humana es indicada para hablar sobre los aspectos de la serie de reportajes en cuanto al manejo que se le da a la imagen de las personas que ahí aparecen.

Además, es necesario contar con los aportes de la periodista de Telenoticias Natalia Suárez, ya que ha sido ella quien, desde el 2012 hasta 2016, la encargada de turno de la serie de

reportajes, quien redacta los guiones y ha estado cercana a la elección de los casos y producción de *Sueños de Navidad*. Por lo tanto, el conocer cómo ella los ha elaborado periodísticamente es de mucha utilidad para comprender cómo se expusieron sus contenidos y lo que hay detrás de la recolección de datos para elaborarlos.

Debido a la necesidad de conocer la parte histórica de cómo nació *Sueños de Navidad* y el cómo se ha realizado en sus inicios a finales de la década de los ochenta, y para entender los cimientos de la serie de reportajes, fue necesario contar con Marcelo Castro, uno de los jefes de información de Telenoticias, ya que él fue quien inició con el tema de ayudar a una familia considerada de escasos recursos junto con Pilar Cisneros en el año 1988, y fue con base en esto que el proyecto se siguió haciendo posteriormente. Se le entrevistó en dos ocasiones, primero a través de una serie de preguntas vía correo electrónico y después una entrevista a profundidad que se le realizó personalmente en las instalaciones de Telenoticias en Teletica.

También una fuente por consultar acerca de la pre producción y otras cosas relacionadas con la serie de reportajes es Lázaro Malvarez, quien es el otro jefe de información de Telenoticias y quien junto con Natalia Suárez, tienen la coordinación y son ellos quienes eligen los diez casos que saldrán cada año. Él puede hablar acerca de los detalles precisos de cuáles son los criterios que hay en el Canal para la selección de casos y cómo es que se lleva a cabo la producción de estos.

Una parte fundamental para el análisis del contenido de cada caso de *Sueños de Navidad*, es el encargado de editarlos propiamente, como lo es Ramiro Núñez. Él desde el 2013 asumió la elaboración de estos junto con la periodista Natalia Suárez. La información que él brinde contribuirá al análisis de los detalles audiovisuales que los componen y así entender por qué se han realizado de determinada manera y cómo es que se ha realizado la edición de estos.

Para tener una perspectiva de cómo se realizaban las presentaciones de los casos, así como conocer si eventualmente hay diferencias con los *Sueños de Navidad* que se hacían antes de la vinculación de Natalia Suárez a estos, se considera importante la colaboración que brinde Lizeth Castro ya que ella puede brindar su criterio acerca de cómo era que elaboraba la redacción de estos. Ella estuvo vinculada con su producción desde el 2000 al 2005, cuando Pilar Cisneros la designó para eso. Además, puede pronunciarse acerca de las críticas que se le han hecho al programa.

Debido a que el Club de Leones ha trabajado en los últimos años con Canal 7 para lo que es el estudio y selección de casos que hay a nivel del país y realizar la selección de los diez que tendrán cada entrega de reportajes. Se cuenta con la colaboración para este trabajo con Jorge Peña, director de la sede central ubicada en San Sebastián, ya que es justamente esa organización la que se involucra con los casos de pobreza que hay en Costa Rica, y cómo es que ahí se estudian.

### **Unidades de análisis**

En este punto se abordará la manera en que distintos elementos de investigación interactúan para obtener resultados. Una variable es, según Hernández *et al* (2014) “es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (p. 105).

En cuanto a las herramientas que se utilizarán para este trabajo, hay que recalcar que cada instrumento se ajusta al objetivo por conseguir con miras a obtener los resultados, que sirvan para esta investigación.

Hay que tomar en cuenta elementos fundamentales para obtener los datos reales en pro de que se logren a plenitud y con precisión los objetivos de la investigación. Dichos elementos se constituyen en varias unidades de análisis que servirán como pilar de este proyecto del análisis de los reportajes *Sueños de Navidad*.

### **Método de selección de los casos**

Cada uno de los diez reportajes que salen en diciembre de cada año tiene una estructura de elección; son estructuralmente similares entre sí, y se eligen de acuerdo a los criterios de los productores de *Sueños de Navidad*, así como también en función de las donaciones materiales que puedan brindar los patrocinadores. De este modo, se entiende que es la manera en cómo Canal 7 eligió los casos por presentar, tomando en cuenta determinados parámetros que ya se fijaron, de modo tal que los reportajes tengan una misma “línea” estructural.

### **Insumos audiovisuales y periodísticos**

Estos dos componentes, se constituyen en la parte notoria que presentan los reportajes *Sueños de Navidad*. Estos se componen por los elementos audiovisuales, cuya utilización de determinadas formas posibilita acentuar la esencia de cada caso presentado en los reportajes. Los

insumos audiovisuales son propiamente los elementos que permiten la elaboración de los reportajes, como las imágenes, música, la iluminación y la locución propiamente de la periodista. en la presentación de cada una de las diez familias.

Además, están los recursos e insumos periodísticos, que son bajo los cuales no solamente se seleccionan los casos por presentar, sino que también comprende la manera en cómo se informa a las personas acerca de cada caso. Abarca la técnica de redacción periodística y la forma en cómo los datos son presentados.

### **Recursos discursivos y retóricos**

Existen maneras de dar a conocer informaciones periodísticas con la finalidad de que la gente lo entienda de una manera determinada y realice acciones en consecuencia. Está compuesta por la parte discursiva, que es lo que se dice en cuanto a fondo, el cómo es la organización y la argumentación de la parte sustancial de un conjunto de datos recabados.

Los recursos discursivos van de la mano con los retóricos porque es justamente la combinación de ambos con las que se intenta un determinado objetivo con los televidentes. La parte retórica consiste en los grupos de palabras ubicadas de manera tal, que se logre un efecto en las personas y, tienen la capacidad de acentuar un hecho más de lo que ya es, o de convencer a una persona de que tales cosas son así. Aquí va muy sujeto al estilo que tenga el periodista para querer referirse a uno o varios hechos.

### **Percepción de la audiencia**

Una vez que las personas que apreciaron cada caso presentado de *Sueños de Navidad*, es obvio que van a reaccionar, cada uno de manera exactamente diferente. Esto va de la mano con las creencias que tengan en su interior y en la manera en cómo ellos percibieron el caso. En principio, si en algún reportaje se utilizó a la denominada “porno pobreza” y por deducción se concluye que se pretendía conmover a la audiencia, cada persona tendrá sentimientos de tristeza, así como también pensamientos alusivos a la lástima y caridad

### **Respuesta material de la audiencia**

Para efectos de esta investigación hay que tomar en consideración que no solamente se analizará la reacción de las personas en cuanto a pensamientos y sentimientos cuando está apreciando uno más reportajes de *Sueños de Navidad*, sino que hay que observar y describir si

por parte de miembros de la audiencia hubo una reacción material; es decir, si decidieron realizar acciones que involucran hechos reales y objetos materiales con el fin de ayudar a una o más familias presentadas en los casos. O sea, que decidieron hacer donaciones de dinero o colaborar de otras maneras, como la compra y entrega de víveres, etc.

Hay que tomar en cuenta que se estudiará la respuesta material de la audiencia en el tanto de si hubo personas que actuaron en el tiempo y espacio en que se transmitió *Sueños de Navidad*, que comprende la época navideña y el hecho de que las personas optan por hacer regalos a los demás. También se verá si estas harían lo mismo en otro contexto en el que la solidaridad no es tan apreciada.

### **Instrumentos**

En lo que respecta al cómo se recaban los datos necesarios, se deberán utilizar determinados instrumentos que permitan obtener resultados explicativos, concretos y entendibles, ya que, en esta investigación, lo que se pretende es el análisis en detalle de los reportajes *Sueños de Navidad*. Hernández *et al* (2014) en un cuadro comparativo entre características de investigaciones cuantitativas y cualitativas, mencionaban que los instrumentos correspondientes a las segundas van afinándose y además que los datos van saliendo conforme se avanza en la investigación (p. 15).

Para lograr resultados afines a lo que se pretende, se utilizarán los más indicados para este Proyecto de Graduación: grupos focales, entrevistas a profundidad y el análisis de contenido de los reportajes *Sueños de Navidad* desde perspectivas audiovisuales y de Periodismo Social. Es importante aclarar que el análisis de resultados se hace en función del tipo de personas y la muestra que se obtuvo finalmente, tanto en las entrevistas a profundidad como los participantes de los dos grupos focales. En el caso de los segundos, para estudiar el tercer objetivo específico de la investigación.

Los participantes de los grupos focales reúnen un perfil determinado y será en función de la muestra compuesta por ellos que se hará el análisis de la percepción y respuesta material de la audiencia, así como su mezcla con la síntesis final de las unidades de análisis. Esto porque es probable que con otra clase de individuos diferentes a estos se obtengan otras ideas acerca de las unidades correspondientes al tercer objetivo.

En el primer grupo focal que se realizó el jueves 22 de junio se contó con tres estudiantes de la Escuela de Periodismo de la UIA, que están por últimos cuatrimestres de Bachillerato en Periodismo, y pertenecientes al curso Periodismo de Sucesos. Ellos ya tienen formación comunicacional en cuanto a la carrera y son parte de la generación “Millennials”, por lo tanto son apreciativos y críticos con las informaciones con las que entran en contacto. Ellos son Brando Santos, Mari Paula Aguilar y Óscar “Coqui”.

En cuanto al otro grupo focal, que se realizó el miércoles 26 de junio en la Universidad San Judas Tadeo, con cinco estudiantes de la carrera de Bachillerato en Periodismo, quienes reúnen un perfil similar a los de la UIA, ya que son críticos y argumentativos en cuanto a contenidos que salen publicados. Ellos son Paola Vargas, presentadora del programa Zona Técnica, Enrique Vega, Alfredo Astúa, Monserrat Rodríguez y Lizeth Suárez.

### **Grupo focal**

Esta será una herramienta bastante útil en la pretensión de obtener los criterios del tipo de personas mencionadas en la parte del muestreo, ya que, si se sabe utilizar con inteligencia permitirá obtener la reacción de estas que, por antonomasia, han visto uno o más casos de la serie de reportajes *Sueños de Navidad* correspondientes a diciembre de 2016.

Martínez, N (2012) define el grupo focal (focus group) como “una técnica de recolección de datos en la que el investigador y varios participantes se reúnen como grupo para discutir un tema de investigación determinado” (p. 48). Para esta investigación los grupos focales se realizarán con personas que cumplan con un perfil que se adecue a los efectos de lo que se quiere evidenciar y analizar en este trabajo, lo cual permitirá obtener información detallada de cada uno de los integrantes que posteriormente se analizará para ver qué similitudes presentan.

Se pretende, en principio, que para cada grupo que se realice, no solamente se tomen respectivos apuntes de lo que dijo cada persona, sino que cada sesión se grabe en audio, debido a que sólo en la toma de apuntes se pueden obviar otras cosas que una persona dice, que incluso pueden ser determinantes en la investigación. Se realizarán un mínimo de dos grupos focales a partir de seis personas en adelante, ya sea en diferentes universidades o que se realicen por cuenta propia reclutando gente que en apariencia reúne el perfil de personas que serán objeto de estudio para esta investigación.

### **Entrevistas a profundidad**

Esta herramienta, como su nombre lo indica, va a ir mucho más allá de realizar preguntas en las que se responde brevemente, o con los monosílabos “sí” y “no”. Barrantes (2002) al respecto indica que, en la aplicación de esta herramienta “no sólo se obtienen respuestas, sino que se aprende qué preguntas hacer y cómo hacerlas” (p. 208).

Para este trabajo, la entrevista en profundidad se aplicará a las personas encargadas de la producción de *Sueños de Navidad*, con el fin de que no solamente se limiten a responder puntualmente preguntas, sino que expliquen cómo les ha afectado el consumir cada uno de los reportajes que lo componen. Además de esto, hay que saber cómo planearla y qué preguntas se realizarán. Se debe considerar lo que menciona Barrantes (2002) en su libro *Investigación, un camino al conocimiento*:

Su preparación requiere de cierta experiencia, habilidad y tacto para buscar aquello que desea conocer, así como para enfocar progresivamente el interrogatorio hacia cuestiones más precisas que permitan guiar al entrevistado a que exprese a que aclare lo que se desea conocer, pero sin sugerir las respuestas (p. 209).

Además, para esta investigación se cuenta con personas que conocen de este tema y que pueden brindar criterios argumentados. Ellas son comunicadoras que tienen su bagaje en el periodismo costarricense, como lo son Thais Aguilar, Alely Pinto y Lizeth Castro. Se realizará una entrevista respectiva por persona, la cual se grabará con el objetivo de tener todos los detalles de lo que dicen. Sus aportes ayudarán a entender y elaborar en el análisis de resultados el por qué y cómo son los contenidos de los casos y el tema que muestren la pobreza y el dolor humano en *Sueños de Navidad*.

Se desprende que al ver casos en donde se evidencia el dolor humano, cada persona reacciona de diferente manera acorde a cómo esta los haya percibido con base en determinadas ideas y creencias. En consecuencia, responderá de alguna forma, ya sea psicológica o incluso con algo material. Por esta razón es oportuno hacer una entrevista semi estructurada al psicólogo

Jorge Navarro Alfaro, quien con sus respuestas explica las implicaciones psicológicas de ver cada reportaje de *Sueños de Navidad*.

### **Análisis de contenido**

Barrantes (2002) indica que con el análisis de contenido “puede hacerse inferencias válidas y confiables de datos dentro de un contexto” (p. 199). Lo que se realice en este apartado es de hecho parte importante de la investigación, ya que es aquí en donde se analizará en detalle, con base en el marco teórico y a la luz del Periodismo Social, varios casos de la serie de reportajes *Sueños de Navidad*. Esto consiste en estudiar la información que sea vital e importante y que tenga mucha relación con el tema en estudio.

Cada reportaje por analizar se tomará y se estudiará sus componentes audiovisuales; música, tomas, planos, encuadres, locución y presentación de entrevistados en cámaras. Primero se evaluarán desde la parte audiovisual para posteriormente analizarlos desde la perspectiva del Periodismo Social. Como son diez reportajes y tomando en cuenta que tiene una estructura similar; se utilizan cinco propiamente para analizar su constitución tanto en lo audiovisual como lo discursivo de la investigación, los cuales se considerarán pertinentes.

### **Proceso y recolección de datos**

En este apartado se explicará el tratamiento que se le brindará a los resultados obtenidos y de qué manera se van a analizar. Hernández *et al* (2014) en un cuadro comparativo donde se mostraba la recolección de datos respectivamente de una investigación cuantitativa y otra cualitativa, mencionaron que la correspondiente a la segunda “está orientada a proveer de un mayor entendimiento de los significados y experiencias de las personas” (p. 12). Además de eso, brindan una sugerencia que calza con la realización de este trabajo. “En la recolección de datos cualitativos es conveniente tener varias fuentes de información y usar varios métodos” (p. 460).

Por la naturaleza de este trabajo, la aplicación de los instrumentos se debe ajustar dependiendo de factores como la disponibilidad de diferentes agrupaciones de participantes, en el caso de los grupos focales, así como de las diferentes personas a las que se les realizará las entrevistas a profundidad, tanto los encargados de producir la serie de reportajes *Sueños de Navidad*, como los diferentes expertos relacionados con la temática de esta investigación.

Para las entrevistas a profundidad se coordinará con anticipación el día y la hora con cada persona respectivamente, esto con el fin de que se pueda realizar y que con este tiempo cada una se prepare adecuadamente para responder a las preguntas que se le realizarán, tomando en cuenta que previamente se le comentará de qué tratará cada una.

En cuanto a los grupos focales se realizan dos, con una cantidad de ocho participantes en total y se obtienen los criterios y opiniones de cada uno acerca de cuestiones relacionadas con *Sueños de Navidad*. Para efectos del análisis de resultados se utilizan respuestas de las preguntas que resulten más indicadas para sustentar el análisis de la serie de reportajes para que se realice de forma efectiva y eficaz.

### **Métodos de análisis**

Se implementan varios métodos de análisis, para utilizarlos a medida que se van recolectando los datos. Hay que aclarar que, conforme se obtienen, puede ocurrir que la medición que se hacía con un instrumento se realice con otro ya que los resultados previos no encajen con lo que se quiera obtener. De acuerdo con Barrantes (2002) se debe “ofrecer información suficiente sobre la manera en que fue realizada la investigación, así el lector relativiza los hallazgos y comprende el contexto” (p. 243). Esto implica que cada dato que se haya recolectado deberá analizarse con detalle y estudiar su interacción con otros.

Una vez recolectados todos los datos esenciales y necesarios, hay que tomar en cuenta que serán variados, y al no ser esta una investigación cuantitativa, se debe manejar los datos de tal manera que se pueda realizar el análisis de resultados de forma más equilibrada. Por la naturaleza de esta investigación, se procede así: Por cada unidad de análisis se realizarán variadas preguntas con las que se pueda contestar a los objetivos de investigación.

### **Operacionalización de las unidades de análisis**

Esto consiste en cómo se desarrollarán las unidades de análisis con el fin de dar respuesta a los objetivos específicos y, por consiguiente, al objetivo general a través de los instrumentos . En la siguiente tabla se aprecian los detalles de este respecto.

Tabla 1: Detalles unidades de análisis

<b>Objetivo General:</b> Analizar el contenido de los reportajes <i>Sueños de Navidad</i> de Canal 7 correspondientes a diciembre del 2016, para demostrar el uso persuasivo de la información periodística con relación a la respuesta del público meta.				
<b>Objetivos específicos</b>	<b>Categorías / unidades (CUAL)</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Instrumentos</b>
1. Conocer el método de selección de los casos por presentar en dichos reportajes de diciembre 2016.	Método de selección de casos	El conjunto de criterios y parámetros bajo los cuales se analizan casos para elegir los diez que aparecerán en <i>Sueños de Navidad</i>	La selección de los diez casos bajo los criterios definidos que hay en Canal 7	Entrevista a profundidad a encargados de producción  Entrevista semiestructurada a profundidad (asociaciones, proveedores, familias)
2. Estudiar la gestión de insumos periodísticos que sustentan cada reportaje, así como su uso en producción y posproducción.	Insumos audiovisuales y periodísticos  Recursos discursivos y retóricos	Los elementos que integran propiamente cada reportaje.  Las diferentes maneras en cómo se presentan las imágenes, locución, música, incluso inserciones. Implica también cómo se combinan entre sí.	Uso de música, determinadas imágenes y la locución de la periodista.  La manera en cómo la periodista Natalia Suárez presenta cada caso que implica la combinación de los insumos audiovisuales y periodísticos	Análisis del contenido de las producciones  Entrevista a profundidad con expertos de Periodismo Social  Entrevista a profundidad a encargados de producción
3. Identificar la reacción material e inmaterial del público meta en lo que respecta de la efectividad (donativos, ayudas o rating).	Percepción de la audiencia	Conjunto de reacciones, criterios y opiniones que tiene las personas acerca de los reportajes	La persona brinda sus criterios una vez que haya visto un caso de una familia.	Grupo focal  Entrevistas a profundidad
	Respuesta material de la audiencia	Se trata de que si la persona hizo una acción concreta después de ver un caso.	Principalmente la donación de dinero a través de los métodos anunciados por <i>Sueños de Navidad</i> .	Grupo focal  Entrevistas a profundidad



## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En esta sección del presente Proyecto de Graduación, se procesa toda la masa de datos recolectada con la aplicación de los instrumentos, con la finalidad de apreciar criterios e información necesarios acerca de los diversos aspectos relacionados con la entrega de reportajes *Sueños de Navidad*. Aclarar que se hicieron preguntas las cuales pueden abarcar dos o más unidades de análisis, y en conjunto con los criterios obtenidos de los dos grupos focales realizados, se podrá observar una visión más enriquecedora y variada concerniente a la serie de reportajes para la síntesis, que se logra mezclando varias respuestas para tener una conjetura.

Las unidades de análisis, en las cuales se describen primero los resultados obtenidos, permiten tener un manejo ordenado de las informaciones obtenidas con la aplicación de los instrumentos, según los objetivos específicos fijados, para estudiar cómo está constituida propiamente cada una. Los detalles de varias de estas se podrán mezclar entre sí para armar la conjetura de las características de *Sueños de Navidad* 2016, en aras de una visión más amplia, como se aprecia a continuación.

### **Método de selección de casos *Sueños de Navidad***

Esta unidad permite conocer todos los procedimientos que hay en Televisora de Costa Rica para elegir, mediante una serie de parámetros, los diez casos finales que integraron la serie de reportajes *Sueños de Navidad* 2016, que tiene un conjunto de pasos que ya han establecido con la coordinación del Club de Leones, que se les unió durante todos los años, porque la estructura *Sueños de Navidad* ya está consolidada.

El proceso de selección recae principalmente en el M.Sc. Lázaro Malvarez, encargado de la producción de *Sueños de Navidad* y en la periodista de turno hasta el 2016, Lic. Natalia Suárez, quienes deciden cuáles son los diez casos, debidamente documentados por el Club de Leones, que saldrán en el programa, aunque realmente eligen doce (otros dos adicionales) por cualquier eventualidad de que surja algún inconveniente con algunos de los ya seleccionados.

De acuerdo con Malvarez, en la entrevista realizada el lunes 12 de junio en las instalaciones de Teletica “El principal criterio que hay es llegar a un caso en el que digamos a los casos de las personas más necesitadas en la que estén involucrados niños adultos mayores personas con capacidades especiales que no puedan trabajar. A veces nos llegan de situaciones

muy dramáticas, pero en el núcleo familiar hay una o dos personas que pueden salir adelante” (Malvarez, entrevista a profundidad).

Esto significa que la intencionalidad de fondo es buscar que, a través de la realización y difusión de *Sueños de Navidad* se procure contribuir a mejorarle la calidad de vida a cada una de las personas que aparece ahí. Lizeth Castro, quien estuvo anteriormente con este proyecto, cuando se le entrevistó el 19 de junio en Tibás, al respecto señaló que “Los reportajes siempre traían como consecuencia una casa, una calidad de vida mejor; este es de los pocos reportajes que tienen secuelas . Los *Sueños de Navidad* no tenían sentido si a alguien no se le cambiaba la vida” (Castro, entrevista a profundidad).

Las personas que trabajan para el Canal, quienes fueron entrevistadas, mencionaron al Club de Leones, razón por la que se acudió a Jorge Peña, director del Club y coordinador de los *Sueños de Navidad*. Aquí se debe enfatizar propiamente la forma en cómo el Club de Leones realiza todo el estudio de los casos que hay en el país. Esto es posible gracias a los estudios de los casos a nivel del país, efectuados por todos los Clubes regionales de Costa Rica en los diferentes sectores del país.

Peña, en una entrevista a profundidad vía telefónica que se le realizó el 14 de junio de 2017, cuenta cómo es la participación del Club con los reportajes, la cual engloba el estudio de casos con ayuda de trabajadores sociales y agruparlos con un filtro que puedan enviar de entre 25 a 30 casos para el proceso de selección. Este proceso requiere los aportes de personas allegadas a cada familia para los cuales incluso se envían trabajadores sociales para verificar que todo sea así, para que se pueda cumplir con los requerimientos del programa.

En la entrevista, Peña explica que todo el proceso de estudio de las familias se realiza de manera detallada por medio de trabajadores sociales y que, ellos junto con otros trabajadores del Club de Leones, averiguan de cada familia a través de personas que vivan en los alrededores. “Siempre aparece algo, tal vez que las familias ocultan alguna cosa muy personal o algo, pero esa parte nosotros sí la respetamos de igual manera, o sea se le hace un estudio y después se lleva una trabajadora social que está colegiada”. (Peña, entrevista a profundidad realizada vía teléfono).

El proceso toma muchos meses previos a la publicación de los reportajes, en el cual se procura el estudio detallado de los casos que llegan con las personas indicadas para ver si

califican para *Sueños de Navidad*. El coordinador dijo en la entrevista que los miembros de las familias que consideran necesaria una ayuda pueden acercarse al Club de Leones más cercano y ahí tienen que pasar por un proceso en el que se les estudia sus circunstancias, como señala Peña con amplitud:

La selección está basada en varios procesos. Primero a las familias se les hace un estudio con varios formularios en donde se les pide una serie de requisitos, estamos hablando de bienes inmuebles, muy importante el tema de la hoja de delincuencia que se le pide a los adultos, si es muy claro que de que no traiga al programa gente que ha tenido antecedentes ya sea por agresión familiar, alcoholismo, principalmente drogas, la parte de estudios de bienes inmuebles, ver también como está la situación socioeconómica en cuanto a lo que son pensiones, de qué viven, cuánto pagan, y lógicamente las pensiones a veces capacidades esos montos no se toman porque es algo que sabemos que de por sí es un derecho de la persona, pero uno de los parámetros principalmente que se toman es cómo anda el tema de bienes inmuebles (Peña, entrevista a profundidad realizada vía teléfono).

Todo lo anterior, hace notar que el estudio de casos de las familias se hace de manera elaborada y con mucho tiempo, para que quede constancia de que los casos efectivamente tienen tales condiciones de vulnerabilidad y evaluar si el Canal puede brindarles una ayuda para salir del círculo de la pobreza. Después se realiza todo un examen detallado de que sus situaciones de vida sean ciertas, esto a través de trabajadores sociales y personas cercanas a las familias, con el fin de que los datos sean verídicos y se proceda a conjuntar con otros casos de los cuales se seleccionarán treinta, para enviarlos al Canal.

Al retomar la selección de todos los casos por parte de Televisora de Costa Rica, se busca una diversificación de estos en cuanto a situaciones de vida que cumplan con los parámetros

fijados. Estos casos tienen en común la presencia de individuos en situación de riesgo y que tengan malas condiciones de vida, a los cuales obviamente se les pueda colaborar. Esto significa que en el Canal hay diferentes historias ambientadas en diferentes contextos.

También, es un criterio la presencia de todo tipo de personas, como lo detalló Natalia Suárez, coordinadora y periodista de turno en *Sueños de Navidad*, en la entrevista a profundidad aplicada el 9 de junio de 2016 en el edificio de Canal 7. “Hay que buscar también una buena historia que nos permita sensibilizar a la gente. Después que sean todos los tipos de familias inclusive la idea de que haya temas con los que la población se identifique”. (Suárez, entrevista a profundidad).

Además de todo lo anterior, Lázaro y Natalia mencionaron la variedad geográfica, que consiste en tener casos de distintas zonas del país. Esto con la intención de que se les pueda hacer llegar ayudas a las personas más necesitadas, tomando en cuenta las posibilidades reales de hacerlo por parte del Canal, como lo señala Malvarez. “Es abarcar núcleos familiares que viven en situaciones más desventajosas, personas a las que les podamos dar seguimiento, a los que no sólo podamos darle la posibilidad de tener una casa diferente sino atención médica, darles la posibilidad de estudio”. (Malvarez, entrevista a profundidad).

La consigna de la variedad geográfica es que la ubicación de casos *Sueños de Navidad* no estén tan centralizados en una sola área del país, ya que, tomando en cuenta los aportes de Natalia Suárez, en la entrevista que se le hizo el 9 de junio se trata de que “estén en la mayor cantidad de zonas posibles, no centrándose en una sola zona del país, porque deja excluido otra gran parte, entonces tratamos por lo menos de que hayan de las dos costas, del norte, del sur, centro del país”.

Todos los casos que integraron *Sueños de Navidad* del 2016 presentan esta característica; tres de ellos en la provincia de San José; Alajuelita, Pavas, Puriscal. Dos de Alajuela; en Naranjo y Sarchí. Uno en Heredia. También hubo uno en Puntarenas, específicamente en Coto Brus. Otro en Cartago; Pacayas, y dos en Guanacaste, el centro y Nicoya.

La selección de casos es un proceso muy elaborado que toma bastante tiempo por parte del Club de Leones, donde se estudia con detalle las situaciones de las familias para ver si califican para ir a *Sueños de Navidad*, y en Canal 7 se hace la elección final de los casos,

basándose en que sean familias que realmente tengan condiciones de vida muy difíciles a los que se les pueda brindar una ayuda, que abarcan distintos tipos de personas y que los casos estén ubicados en diferentes zonas del país.

### **Insumos audiovisuales y periodísticos**

Aquí se abarca una pareja de elementos esenciales en cualquier producción audiovisual. Por un lado, los elementos audiovisuales abarcan las imágenes, lo que comprende planos, las tomas de apoyo y también las entrevistas, la musicalización y la locución de la persona, que conjuntamente tiene un determinado fin. Y por otro, que los insumos periodísticos abarcan no sólo la información recolectada de cada caso, sino la forma y el estilo en que estos se dieron a conocer.

Resaltar que, antes de realizar las grabaciones para *Sueños de Navidad*, se tiene conocimiento por parte de la periodista de turno, acerca de las situaciones de las familias en cuanto a las casas. A cada una de estas se llega con una preparación previa. Esto ha posibilitado que se efectúen las tomas y las entrevistas, de tal modo que en edición se pueda lograr un reportaje que sensibilice a la gente.

Todo lo anterior procurando la utilización óptima de los recursos, esto para efectos de las locaciones, para darles un uso eficaz con el objetivo de grabar tomas y entrevistas, como lo indica Malvarez. “Buscar el rendimiento óptimo con el equipo. Aquí es clave la organización, porque a veces hay personas con capacidades especiales o que tiene uno que buscar referencias con padres, médicos y es tratar de aprovechar al máximo”.

Las grabaciones se realizaron entre junio y agosto, con el fin de agilizar y hasta “descongestionar” la cantidad de carga que hay en Telenoticias, especialmente para cuando llega diciembre, que es cuando hay más trabajo. Posterior a estas, se eligen las más adecuadas para tratar de llegar a la parte sensible de quien lo ve.

Según Ramiro Núñez, editor de los reportajes *Sueños de Navidad* en los últimos cuatro años quien, en la entrevista a profundidad que se le realizó en la Universidad Internacional de las Américas el 7 de junio, indicó que “van a haber tomas que nos van a ayudar a explicarle a la gente en qué condiciones se encuentra la familia y también planos que nos van a ayudar en la parte expresiva y llegarle un poquito a la cara de las personas”. (Núñez, entrevista a profundidad).

Con la explicación anterior, se da a entender que para estas producciones, se trató de que la música y las imágenes se utilicen de modo tal que se pueda sensibilizar y concientizar a las personas que los ven, acerca de cómo han sido las situaciones de pobreza. Esto se aprecia en los diez casos de *Sueños de Navidad*, que tienen el uso de la música en el que se procura que vaya con la historia que se esté contando.

En el tema propiamente de los reportajes, cuando se observó los diez se encontraron en estos, varias características que tienen en común. Estructuralmente son similares, esto significa que van por una misma línea, en la cual se presenta a individuos con dificultades físicas o enfermedades, que viven en situaciones de pobreza y cuyas casas lucen deterioradas, con techos de lata y piso de tierra. En vista de su similitud, se utilizarán dos para ejemplificar; el de la madre con cáncer terminal que estaba en Heredia y el caso de la pobreza en Naranjo.

También contienen tomas en las cuales se muestran las condiciones no sólo de las casas, sino que se evidencia con detalle aspectos no sólo de la pobreza de cada familia en cuanto a la forma de vivir sino además sus dificultades físicas. Todos contienen música y la manera en la que lo cuenta la periodista Natalia Suárez es muy similar, como se aprecia más adelante. Además de que la duración de todos sobrepasa los tres minutos.

En lo que corresponde a la musicalización, se usan las mismas piezas instrumentales para todos los diez reportajes, los cuales son música en la que se toca piano que, de acuerdo con las entrevistas a los encargados de producción, tienen que acompañar la historia con la finalidad de sensibilizar a la audiencia. Ambas piezas son dos, son suaves y de un corte casi dramático, con el fin de que vaya a tono con lo que se está contando.

Todo se realizó, para *Sueños de Navidad*, con el fin de lograr el producto periodístico y audiovisual que fuese de la mano con la idea de mostrar los casos de cada familia como son y tocar la fibra sensible del espectador en una época como la Navidad, con el fin de que este finalmente dé su ayuda.

Al respecto, indica Natalia Suárez, “lleva una música acorde a la historia como se hace en cualquier producción audiovisual conforme a la historia que tenga y se utilizan los planos que sean necesarios” Se entiende que, si el equipo de producción cuando ve los detalles de cada caso, percibe que cada uno tiene una connotación de tristeza, debido a los detalles que este engloba,

entonces utilizará los recursos necesarios para proyectarle dicha percepción a los televidentes” (Suárez, entrevista a profundidad).

A esta unidad debe sumársele lo que consta las inserciones de las personas hablando ante la cámara. Por lo visto, en los casos analizados, las inserciones en las que las personas cuentan cómo afrontan sus situaciones respectivas de pobreza, se utilizan para reforzar lo que se cuenta y muestra en imágenes, todo esto con la combinación de la música .

En varios de los reportajes se notó cuando salía la imagen de una persona que estaba siendo entrevistada, que se veía más iluminada y el fondo se veía oscuro, esto es que para cada reportaje se utilizaron filtros, con el fin de arreglar detalles visuales en las imágenes, cuyo objetivo es, de acuerdo con el editor Ramiro Núñez:

Corregirles un poquito el color a las imágenes y crearle un poquito de frío como para darle esa contextura de la tristeza de la necesidad que tienen las familias. Es un elemento válido porque no se está usando amarillismo con la situación de las familias, sino que es meramente un recurso técnico, entonces eso pues obviamente permitía que se viera como un poquito de coloración con esa finalidad (Núñez, entrevista a profundidad).

. Con esto se entiende que no se trata de se refería a un elemento que retratara la pobreza sin exagerarla o distorsionarla. De esta manera se evidencia con claridad y detalle la parte visual de los aspectos de las condiciones de las casas y las condiciones de vida que atraviesa cada persona.

Si todas las producciones de *Sueños de Navidad* 2016 se llegan a comparar con los de los años anteriores, tomando en cuenta que han estado bajo la dirección de Lázaro Malvarez y Natalia Suárez, de hecho, tienen la misma temática; se presentan casos de personas que se consideran en riesgo, con el fin de que se les pueda ayudar mediante las diferentes respuestas materiales que lleguen a proporcionar los costarricenses.

Hay variados criterios acerca del porqué para la edición de los reportajes *Sueños de Navidad* 2016 se utilizó determinadas formas de musicalización, así como también el uso de

diversos planos, iluminación y, hay que agregar a esta, el porqué se ponen las entrevistas en las maneras que se hicieron. Todo esto se realizó, para *Sueños de Navidad*, con el fin de lograr el producto periodístico y audiovisual que fuese de la mano con la idea de mostrar los casos de cada familia como son y tocar la fibra sensible del espectador en una época como la Navidad, con el fin que este finalmente dé su ayuda. Al respecto indica Malvarez:

Si usted va a mostrar determinada historia y quiere lograr un impacto, entonces se buscan ese tipo de planos, entonces esto va a diferenciar de una nota o de un reportaje, es una historia para sensibilizar, es una historia para que la persona se ponga la mano en el corazón. (Malvarez, entrevista a profundidad).

Lázaro, Ramiro y Natalia, mencionaron la sensibilidad, cuyo objetivo es evocarla en los televidentes. Esto significa que, a través de la narración verbal de cada historia, aunado a las imágenes y a la musicalización se puede tocar los corazones incluso impactar a las personas que los ven. Todo esto bajo esta consigna se realizan los diferentes usos de tomas y planos, así como el de las piezas musicales y la forma en cómo Natalia cuenta cada historia de la familia.

Después de ahondar en cómo se producen la elaboración de casos hasta ahora, y cómo la finalidad de esta investigación es analizar los *Sueños de Navidad* 2016, se procede a destacar aspectos importantes de varios de estos. Debido a que la similitud en elementos audiovisuales y discursivos de los diez casos en cuanto a la locución son muy similares, se procede a ejemplificar con cinco.

En el reportaje acerca de la madre con cáncer terminal, para acentuar lo que se muestra visualmente, hubo primeros planos en los que se mostró a las personas con los ojos llenos de lágrimas y con una voz entrecortada. Este y otros aspectos se aprecian en la siguiente tabla. Se incluyen detalles que se abordan en la unidad siguiente.

Tabla 2: Madre con cáncer terminal estira sus días de vida para cuidar a sus hijas

<b>Ficha análisis Sueños de Navidad 2016</b>		
<b>Datos generales</b>	<b>Detalle</b>	<b>Aspectos</b>
Sinopsis		Se muestra la situación de pobreza de una madre con cáncer terminal que aparte de sus dificultades físicas y las condiciones de la casa debe velar por sus hijas.
Fecha de publicación	Miércoles 7 de diciembre de 2016	
Productor	Ramiro Núñez	
<b>CATEGORÍAS:</b>		
<b>Insumos audiovisuales y periodísticos</b>		
Musicalización		Empieza en 0:04
Planos		Aspecto casas (1:51 a 02:01), 2:01 a 2:36 Cuando salen las tomas del interior de la casa hay oscuridad. Plano detalle de la cara del joven (1:45 a 1:47)
Movimientos de cámara		Paneo de izquierda a derecha madre acostada (0:09 a 0:19). Tilt arriba hacia abajo cuarto fondo oscuro (2:12 a 2:22) Travelling del caño (3:36 a 3:39)
Aparición de los entrevistados en la imagen		Primer plano mamá ojos llorosos cara con lágrimas y hablando llorosas (0:27 a 0:42) Primerísimo primer plano hija menor ojos llorosos, lágrimas en la cara y voz entrecortada (0:43 a 1:11) Se nota que ella apenas puede hablar. Primerísimo primer plano abuela visiblemente afectada (1:16 a 1:31) en 1:27 suena el timbre de un celular que se supone es del de Natalia. Primerísimo primer plano niña ojos llorosos (02:55 a 03:05) de 3:01 a 3:05 se le ve una lágrima saliendo de su ojo izquierdo Hija menor lavando un plato (3:06 a 3:12) Close up ojos llorosos hija menor (3:48 a 3:48) Close up madre ojos llorosos (3:49 a 3:55) Primer plano madre ojos lloros cara con lágrimas y hablando triste (3:57 a 4:19) Primer plano hija menor (3:25 a 3:30)  La madre, la hija pequeña y la abuela cuentan cómo ha sido el hecho de que la primera tenga cáncer. La hija cuenta también como se ha hecho para que ella y los miembros de su familia subsistan.
Discurso de la periodista  (Cuenta también dentro de Recursos discursivos y retóricos).		Descripción de la casa "Es de latas, pedazos de madera regalados y perling que encontraron por ahí"  Juicios de valor

		<p>“Es difícil tener ánimo y es difícil no perder la esperanza.”</p> <p>“Sobra decir que el calor por el día es inmanejable y por las noches el frío carcome los huesos.”</p>
--	--	---

Nota: Elaboración propia.

En este reportaje, la periodista cuenta como la familia de este caso tiene que afrontar la situación y las dificultades de pobreza a las que tienen que sobreponerse sus miembros para subsistir, tomando en cuenta que la madre tiene cáncer terminal y que la que lleva los ingresos es la abuela. Para este reportaje al igual que en los otros 9, en el lenguaje audiovisual prácticamente se apela a los mismos elementos con los que se logra lo mencionado por los encargados de producción, que como se observa en el análisis, abarcan una línea uniforme.

Los elementos audiovisuales se utilizan con el fin de contar la situación de cada familia y se complementen con el discurso verbal de la periodista. Esto está presente en cada uno de los diez casos. A continuación se procede a mostrar cómo son los detalles técnicos que tiene otro reportaje.

**Tabla 3: Caso Pobreza y enfermedad son el diario vivir de una familia en Naranjo**

<b>Ficha análisis Sueños de Navidad 2016</b>		
<b>Datos generales</b>	<b>Detalle</b>	<b>Aspectos</b>
Sinopsis		Familia en condiciones de pobreza que además de lidiar con gasto para vivir, tienen que cuidar de un joven que se encuentra parapléjico.
Fecha de publicación	Lunes 5 de diciembre de 2016	
Productor	Ramiro Núñez	
<b>CATEGORÍAS:</b>		
<b>Insumos audiovisuales y periodísticos</b>		
Musicalización		Empieza en 0:48
Planos		Aspecto casas (3:50 a 3:54) Primer plano rostro joven parapléjico (1:46 a 1:48).

Movimientos de cámara		<p>Tilt arriba hacia abajo en el cual se sigue el movimiento de la mano del muchacho parapléjico (1:00 a 1:09)</p> <p>Tilt (movimiento de encuadre de arriba hacia abajo) para ver al muchacho (1:09 a 1:19)</p> <p>Tilt rostro del joven en cama con plano detalle de arriba hacia abajo (1:48 a 1:51)</p> <p>Se trata de la misma persona</p>
Aparición de entrevistados en imagen		<p>Plano medio niño 14 años (0:26 a 0:32) Cuenta el accidente que tuvo su hermano en bicicleta.</p> <p>Primerísimo primer plano niño 14 años (0:34 a 0:40) Cuenta el accidente</p> <p>Plano medio niño 14 años (0:42 a 0:47) Cuenta el accidente</p> <p>Primerísimo primer plano (0:55 a 1:01) Cuenta como ha sido tener al joven parapléjico</p> <p>Primerísimo primer plano niño 14 años con cara con lágrimas (3:06 a 3:16) Cuenta que al papá le cuesta encontrar trabajo y las dificultades para subsistir.</p> <p>Primerísimo primer plano mamá hablando llorosa y con voz entrecortada (3:16 a 03:22) Cuenta cómo la pobreza le ha afectado</p> <p>Plano medio niño 14 años (4:13 a 4:18) él dice que él tiene que sacar a su hermano en silla</p> <p>Primer plano mamá hablando llorosa y hay acercamiento de zoom in (04:19 a 04:32) dice que le pide ayuda al Dios.</p> <p>Primerísimo primer plano (4:57 a 5:31) empieza a lagrimear y a hablar lloroso desde 5:24 a 5:31) Cuenta lo que le aconseja al hijo.</p> <p>Plano medio papá (6:02 a 6:13) Dice que en un caso como el de su familia se aprende a vivir.</p> <p>Entrevistados cuentan cosas que comprenden dificultades para subsistir.</p>
Discurso de la periodista (Cuenta también dentro de		Periodista cuenta los detalles de las dificultades de la familia a través del

Recursos discursivos y retóricos).		reportaje Pensamiento de la periodista “Podríamos regalarles esta navidad” Adjetivos: Carencia total
------------------------------------	--	--

Nota: Elaboración propia.

En esta ocasión, la estructura del reportaje es similar al anterior, un factor que se torna común en cada uno de los diez casos y se ejemplifica con los cinco expuestos en este trabajo. En estos cinco reportajes la periodista cuenta detalles de los aspectos de tristeza y condiciones de vulnerabilidad de cada uno de las personas.

A lo anterior debe señalarse, como se verá más adelante, que el discurso verbal se complementa con las imágenes y la musicalización, además de las inserciones de los entrevistados, y se proyecta las dificultades y no se habla mucho del ímpetu de las familias, pero teniendo como base los hechos de pobreza y tristeza mostrados.

**Tabla 4: Adultos mayores, hija y nieta con discapacidad subsisten en la pobreza**

<b>Ficha análisis Sueños de Navidad 2016</b>		
<b>Datos generales</b>	<b>Detalle</b>	<b>Aspectos</b>
Sinopsis		En Puriscal, una pareja de personas adultas mayores, compuesta por don José María que tiene cáncer, su esposa Caridad, junto con sus dos hijos y una nieta, atraviesan condiciones de pobreza.
Fecha de publicación	Martes 6 de diciembre de 2016	
Productor	Ramiro Núñez	
<b>CATEGORÍAS:</b>		
<b>Insumos audiovisuales y periodísticos</b>		
Musicalización		Empieza con musicalización de piano (0:22) Otra música de piano empieza desde (1:14)
Planos		Primerísimo Primer Plano nieta con Síndrome de Down (1:58 a 2:00) Primerísimo Primer Plano esposa Caridad (3:13 a 3:15)

		Planos generales estantes de ropa (2:13 a 2:17) Primerísimo Primer Plano adulto mayor (5:08 a 5:13)
Movimientos de cámara		Travelling camino a la casa (0:22 a 0:35)
Iluminación		En la inserción de Mesías, el hijo, el fondo salía con oscuridad y el muchacho sale más iluminado En el Primerísimo Primer Plano del adulto mayor el fondo sale oscuro  Esto se comprende como filtros
Aparición de los entrevistados en la imagen		Primer Plano esposa Caridad (2:19 a 2:44) Cuenta como las implicaciones de subsistir Plano medio hijo Mesías (2:45 a 3:02) Dice como ayuda a sus padres. Primerísimo Primer Plano Caridad (3:30 a 4:10) Cuenta cómo ayuda a su esposo y lo que él hace
Discurso de la periodista  (Cuenta también dentro de Recursos discursivos y retóricos).		El discurso verbal en el cual ella acentúa la pobreza.  Juicio de valor "Podríamos decir que viven con muy poco, pero en realidad es tan poco lo que tienen, que esto es más sobrevivencia que otra cosa"  "Las muchachas pasan en su mundo". - Pese a que él no la recuerda, doña Carmen lo acompaña a cada instante, siempre en silencio, quizá con tantos años no hay mucho que decir, por lo menos no con palabras.

Nota: Elaboración propia.

Llama la atención la forma en que la periodista se refiere a las muchachas. Si bien es cierto se parte de que Natalia Suárez dice que la muchacha con Síndrome de Down fue abandonada por indiferencia de la madre, por la forma en cómo se dice se puede caer en re victimizarla, una cuestión que se debate en la síntesis final de este capítulo.

**Tabla 5: Familia de dos en Sarchí se la ingenia para sobrellevar la pobreza**

<b>Ficha análisis Sueños de Navidad 2016</b>		
<b>Datos generales</b>	<b>Detalle</b>	<b>Aspectos</b>

Sinopsis		Una madre con problemas de salud y su hijo viven en una casa en la que la primera ha crecido y que además está deteriorada. También afrontan la falta de recursos.
Fecha de publicación	Viernes 9 de diciembre de 2016	
Productor	Ramiro Núñez	
<b>CATEGORÍAS:</b>		
<b>Insumos audiovisuales y periodísticos</b>		
Musicalización		Empieza con musicalización de piano (0:07)
Planos		<p>Paneo de izquierda a derecha (0:24 a 0:29)</p> <p>Primer plano pies Warner (0:55 a 0:56)</p> <p>Plano detalle en el que hay <i>Tilt</i> de úlcera de doña Flora (2:19 a 2:23) de 2:24 a 2:26 hay un zoom</p> <p>Plano general de una parte del interior de la casa (3:03 a 3:05)</p> <p>Plano detalle del techo de la casa (3:11 a 3:13) de 3:13 a 3:17 hay un alejamiento en la imagen de una parte del techo, en el cual hay un agujero</p> <p>Planos detalle otros aspectos interior de la casa (3:48 a 3:51 y 3:52 a 3:54)</p>
Movimientos de cámara		<p>Paneo derecha a izquierda del aspecto del techo (3:13 a 3:17)</p> <p>Paneo de izquierda a derecha techo de la casa(4:21 a 4:23)</p>
Aparición de los entrevistados en la imagen		<p>Primer Plano Warner (1:05 a 1:46) Cuenta el cómo se subsiste</p> <p>Primer Plano doña Flora (1:17 a 1:36) Cuenta cómo se abastece la necesidad de alimentación</p> <p>Primer Plano Warner (1:51 a 2:05) Cuenta las complicaciones de salud que ha tenido.</p> <p>Primer Plano doña Flora (2:26 a 2:47) Cuenta los detalles acerca de la úlcera que ella presenta.</p> <p>Primerísimo Primer Plano doña Flora (2:48 a 2:49) menciona el trabajo del campo</p> <p>Primerísimo Primer Plano Warner (3:20 a 3:38) Aunque empieza a hablar desde 03:17 se refiere de los detalles del estado de la casa y al final dice que esta se encuentra podrida</p> <p>Primerísimo Primer Plano doña Flora (3:39 a 3:49) habla de las goteras que tiene su hogar.</p>
Discurso de la periodista (Cuenta también dentro de Recursos discursivos y retóricos).		<p>Al inicio del reportaje la periodista habla bien de doña Flora, por el hecho de que cómo ha cuidado el hogar donde ella vive.</p> <p>Está presente el discurso verbal en el cual ella es descriptiva con la situación de la pobreza de la familia y las dificultades que esta tiene.</p>

		<p>Juicio de valor  “Si ni siquiera logran ajustar la comida, planear reparar la casa no puede ni pensarse.”</p> <p>Aquí hay adjetivación  “Los pies gastados casi más que los zapatos, las miradas cansadas y la soledad que envuelve a esta pequeña familia nos hace pensar en cómo las necesidades de quienes tenemos cerca no son lujos ni comodidades. Son necesidades básicas, atención en salud, comida, un techo donde no pase la lluvia”</p>
--	--	---

Nota: Elaboración propia.

Se ha hablado en este trabajo acerca de mostrar con detalle las condiciones difíciles de las personas, aquí también cabe indicar que se puede caer en ser detallista con algo. Como se apreció en la tabla anterior, se mostró con detalle la úlcera que la señora tenía en una pierna. Este hecho como se verá más adelante en la síntesis final, es debatible con respecto a si debe hacerse o no y lo que implica su realización, no sólo a nivel periodístico y audiovisual, que tiene que ver con la percepción de la audiencia sino también en el aspecto del tratamiento de la imagen de tercero.

**Tabla 6: Madre con tumores en la cabeza lucha junto a su familia contra la pobreza**

<b>Ficha análisis Sueños de Navidad 2016</b>		
<b>Datos generales</b>	<b>Detalle</b>	<b>Aspectos</b>
Sinopsis		Una madre que tiene tumores en la cabeza afronta dificultades para subsistir y abastecer las necesidades básicas de ella y su familia, no sólo por su enfermedad sino por falta de trabajo y casa propia.
Fecha de publicación	Lunes 12 de diciembre de 2016	
Productor	Ramiro Núñez	
<b>CATEGORÍAS:</b>		
<b>Insumos audiovisuales y periodísticos</b>		
Musicalización		Empieza con musicalización de piano (0:32) ya que antes había una inserción de la madre
Planos		Vistas exterior de la casa (1:18 a 1:23) desde el inicio va un paneo de derecha a izquierda y hasta 1:22 se detiene Vistas interior de la casa en el cual hay un paneo de arriba hacia abajo (1:26 a 1:30)

		<p>Plano detalle en el cual se aprecia la cocción de huevos en una olla (1:09 a 1:11)</p> <p>Vistas madre cocinando (1:11 a 1:17) a partir de 1:14 primer plano de ella y no se ve la mano con la cual cocina.</p> <p>Plano detalle del techo en el cual se visualiza una telaraña que este tiene (1:31 a 1:33)</p> <p>Vistas interior de la casa (1:35 a 1:48)</p>
Movimientos de cámara		<p><i>Tilt</i> de abajo hacia arriba, madre con tumores (0:38 a 0:46)</p> <p><i>Tilt</i> arriba hacia abajo interior de la casa (1:24 a 1:29)</p>
Aparición de los entrevistados en la imagen		<p>Primer plano madre (0:19 a 0:33) previo al inicio de la musicalización, cuenta las implicaciones para ella de los tumores</p> <p>Primer plano hija menor (0:37 a 0:46) Cuenta que la mamá no tenía los tumores, pero después de concebirla y fue después que los adquirió</p> <p>Primer plano esposo (0:55 a 1:08) cuenta lo que significa el lidiar con la enfermedad de su mujer y lo que han pasado</p> <p>Primer plano hija mayor (1:49 a 2:03) Aquí la hija sale con ojos llorosos. Cuenta cómo ella y su familia llegaron al lugar donde viven</p> <p>Primer plano hija menor (2:33 ) aunque empieza a hablar a partir de 2:30 ella habla acerca de su anemia y de cómo esta le ha afectado.</p> <p>3:26 a 3:46 y en imágenes a partir de 3:31 a 3:34 aparece la niña rezando y viendo a la Virgen de Guadalupe.</p> <p>Primer plano hija menor (3:59 a 4:21) Ella cuenta lo que pide de regalo de Navidad.</p>
Discurso de la periodista (Cuenta también dentro de Recursos discursivos y retóricos).		<p>Hay discurso verbal en el cual ella es descriptiva con la situación de la pobreza de las familias y las dificultades que esta tiene</p> <p>“La casa, que es prestada, se acerca más a un rancho que a otra cosa. Básicamente está construido con latas y madera vieja, piso de tierra y cocina de leña”</p> <p>Sin embargo, hay partes de la locución en las que se resalta el ímpetu de lucha de varios de los miembros de la familia.</p> <p>“Cualquiera pensaría que las niñas reclamarían por vivir así, pero ellas tienen un enorme agradecimiento por el techo que las cobija”</p> <p>“La escuela y el colegio son más que importantes para esta familia, no sólo por todo lo que aprenden, también porque ahí tienen la oportunidad de comer una vez al día. Algo que la mayor agradece con notas de cuadro de honor y la pequeña con su esfuerzo de seguir en la escuela pese que la salud no es la mejor”</p>

Nota: Elaboración propia.

Aquí un aspecto por destacar son los ojos visiblemente con lágrimas de la hija pequeña cuando está hablando, ya que, se trata en principio de una menor de edad. Seguidamente es algo que debió haberse considerado, tomando en cuenta el Derecho de Imagen Contemplado en el artículo 47 del Código Civil de Costa Rica y el artículo 15 del Código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica. Este aspecto se explica en la síntesis final.

### **Recursos discursivos y retóricos**

Esta unidad comprende no sólo lo que se dice, sino lo que se ve, y la musicalización, porque, la combinación de las tres cosas tiene una intencionalidad, que, como lo señaló Malvarez, es que los costarricenses se pongan la mano en el corazón para que contribuyan con donaciones que permitan financiar la ayuda a las familias que integran el año respectivo de *Sueños de Navidad*. Mientras que Natalia aseguró que “nos tratamos de apegar a la realidad, pero no hay ningún dramatismo que considere sobre dimensionado ni mucho menos”.

En los reportajes *Sueños de Navidad 2016* la locución es descriptiva acerca de las condiciones de pobreza y dificultades de las familias, aspecto que está presente en cada uno de los diez reportajes, se procuró mostrar las cosas tal y como las perciben, sin agregar o quitar. Esto para evidenciar la situación de cada familia con el fin de sensibilizar a la audiencia. De acuerdo con Malvarez, se trata de que en la historia “el hilo conductor se vaya por sí mismo y no añadirle elementos acelerantes. Eso es lo que nosotros hemos tratado de hacer desde que asumimos la coordinación del Sueño de Navidad” (Malvarez, entrevista a profundidad).

Las personas vinculadas con la elaboración de *Sueños de Navidad 2016*, están conscientes de la magnitud que implica, por sí misma, la esencia de cada uno de los diez casos finales que se publicaron y que se proyectaron, bajo la percepción de los encargados, tal como son. “Yo creo que los casos de por sí sólo valen, tienen su historia, entonces cuando usted ve que llegan determinados medios muy sensacionalistas a algún lugar... el resto de los epítetos salen sobrando” (Malvarez, entrevista a profundidad).

En la parte de recursos retóricos, hay que resaltar que, desde la forma como se presentan los títulos, en el que se pone la situación de dificultad de una familia, ya en sí mismo es un recurso para “enganchar” a la gente a que se quede viendo el caso, porque a esta le va a interesar saber el por qué se elaboró, aunque de hecho es también un recurso periodístico. Como en el caso

de: “Madre con cáncer terminal estira sus días de vida para cuidar a sus hijas” un título que es llamativo por sí solo.

Cuando ya se entra a la parte en el cual se cuenta el caso, la locución de la periodista es detallista en cuanto a la situación de la familia. Por ejemplo, en el caso de 2016 “Pobreza y enfermedad son el diario vivir de una familia en Naranjo”, se tiende a mencionar las dificultades. La expresión “Desde aquel accidente Alexis está así, en cama, sin moverse, sin hablar, alimentándose por una sonda” (reportaje Sueño de Navidad) tiene la consigna de describir la situación del muchacho que tuvo junto a su hermano un accidente en bicicleta, para quien vea el reportaje entienda la magnitud del hecho.

También tiene implicado juicios de valor, por ejemplo, en el caso anterior, cuando dice “Con semejante panorama sobra decir que la situación económica de esta familia es de carencia total”. Esto va de la mano con el hecho de que se busca tocar el corazón de las personas para lograr de ellas una respuesta material, en ese caso, donar financieramente para uno o más de los presentados, sumado a lo que indica Núñez: “Entonces digamos que dentro del contexto no es algo que explote la parte de la pobreza, sencillamente estamos mostrando, vea esta familia vive en una situación precaria, usted puede ayudarle, así de sencillo”.

Como se dijo anteriormente, esta unidad tiene elementos que proyectan cosas por sí mismas. Es decir, en la parte discursiva, las imágenes en sí mismas, sin locución ni música, se constituyen en un discurso que habla con suficiente propiedad. Cuando se mostraban en las tomas de apoyo las circunstancias de los lugares en las cuales se evidenciaban los detalles del interior de las casas, e incluso los denominados planos *close up* de una señora llorando (ver Tabla 1) es para mostrarle al televidente con más detalle acerca del titular que se coloca, por qué se puso, y reiterar el tema de la sensibilización.

En el tema de las imágenes, como ya se mencionó, muestran detalles de los aspectos de las casas, también en el caso de las familias, para que la gente conozca más de la situación de la misma. En el caso de los planos, para la edición “se busca que los planos nos expresen, nos permitan saber cuál es la situación real de ellos, no jugar con el sentimentalismo de la gente” (Núñez, entrevista a profundidad) lo que se complementa con lo que decía Suárez de que “se utilizan los planos que sean necesarios”. Las imágenes del interior de las casas y sus alrededores proyectan por sí mismas el retrato de lo que se considera condiciones deplorables para vivir.

La musicalización, propiamente, ya es su discurso por sí sola. Cuando se ponen piezas instrumentales suaves y que evocan sentimientos de nostalgia (como se verá más adelante) ya es una forma de comunicar una situación de un tema de exclusión social y dificultades de pobreza. Además, esta tiene la característica de que puede acentuar lo que se va mostrando en imágenes, en el entendido de que quienes lo producen busquen una concordancia entre la música y la situación que dan a conocer, esto para cada caso. Y al realizarse de esta manera, se va reforzando lo que se cuenta con la locución.

Se desprende de todo lo mencionado que cuando los elementos de locución, imágenes y musicalización se mezclan, el equipo encargado de Canal 7 fue descriptivo tanto con la situación de la pobreza sino contar, en el caso de las personas con alguna enfermedad o discapacidad, cómo tienen que afrontar el día a día, y además en las entrevistas en las que salieron algunos salen contando lo que sería su infortunio, en donde se trató de reflejar determinado caso. Esta cuestión se puede visualizar en cada uno de los reportajes. Esto con la finalidad de mover al televidente a que done principalmente a través de la plataforma destinada para eso.

### **Percepción de la audiencia**

Las reacciones de la audiencia con respecto a todos los casos dependen del tipo de personas a los que se les preguntó por su apreciación, ya que, en lo que respecta a la población de 18 años en adelante, con quienes se trabajó, se mostró más cuestionadora e incluso maliciosa con aspectos relacionados con la serie de reportajes. Esto, por el tipo de sociedad en la que le tocó crecer y además que *Sueños de Navidad* “relaciona la época con el compartir y dar compasión, los cuales son valores que la sociedad actual ha ido disminuyendo” (Navarro, entrevista semiestructurada vía correo electrónico).

Se aplicó dos grupos focales en jóvenes que cursan estudios universitarios en la carrera de Periodismo, esto cabe decirlo, ya que lo que aprenden y viven durante el transcurso que llevan en esta, influyó en sus percepciones y a la hora de dar los criterios acerca de *Sueños de Navidad*. Tanto en el primero, aplicado en la Universidad Internacional de las Américas ubicada al frente de la Antigua Aduana el jueves 22 de junio, como en el segundo, en la Universidad San Judas Tadeo ubicada en La Sabana, miércoles 29 de junio, los participantes se mostraron críticos con el programa.

Los entrevistados aceptaron en primera instancia la buena intención de Canal 7 en generar ayuda a las familias en condiciones de pobreza, algo que en principio reconocían “con buenos ojos” pero percibieron, luego de estar viendo la serie de reportajes y ponerse a pensar, que hay otros fines detrás de todo lo que conllevan las ayudas, como se aprecia en la siguiente tabla.

La unidad de la percepción incluye la reacción de las personas hacia los reportajes. En los dos grupos focales aplicados se proyectaron dos casos, en el de la UIA fue uno del 4 de diciembre de 2013 y en el de la Universidad San Judas Tadeo uno de los casos del 2016. Esto se justifica debido a que la estructura y temática de ambos reportajes es similar.

En el grupo focal de la UIA, el caso mostrado a los participantes se trataba de una familia que tenía que vivir en una caballeriza. Aquí se encontró que los participantes percibieron que el caso tenía la intención de conmover a la audiencia para que colabore con donaciones. En la siguiente tabla se ve lo que comentaron.

**Tabla 7: Caso familia que vive en una caballeriza, Sueños de Navidad 2013, grupo focal de la UIA**

Entrevistado	Universidad	Pregunta	Respuesta
Oscar	UIA	¿Qué les pareció el caso?	Me parece bueno, es un caso sensible, la baja escolaridad de la madre, el no contar con un padre y vivir en una caballeriza, y que los niños ya al siguiente año entraban a lo que era la etapa escolar y no querían sufrir la misma suerte. En mi caso si me sensibilizó bastante el caso en específico.
Brando	UIA		Me parece que es un caso al inicio impactante verdad, por cómo se da con sólo el hecho de decir que viven en una caballeriza es algo que los sensibiliza a uno creo que si le toca a uno los sentimientos.
Mari	UIA		Creo que a la hora de tener tan presente de que es si es un caso muy preocupante, pero es muy planeado todo, todo está como elaborado como para hacerte sentir algo, entonces creo que a la hora en que uno ve eso ya no tiene tanto sentido, digamos que, si obviamente es preocupante, son niños súper pequeños, la niña tiene anemia y se le cae el pelito y sólo tiene como dos años o algo así por el estilo.

Nota: Elaboración propia.

Se obtuvo respuestas similares en el grupo focal de la Universidad San Judas Tadeo, en el cual se mostraron incisivos con la forma en que se dio a conocer el caso respectivo que se les mostró.

**Tabla 8: Caso madre con cáncer terminal, Grupo focal San Judas**

Entrevistado	Universidad	Pregunta	Respuesta
Paola	Universidad San Judas Tadeo	¿Qué les pareció el caso?	A mí no me conmueve, espero no ser parte de ese montón de personas que no lo conmueven ya estas situaciones simplemente porque ya uno está acostumbrado a las guerras o a otras situaciones, pero yo siento eso que es un teatro es un show desde las preguntas, desde las tomas con lágrimas desde poner la religión desde poner alrededores de donde están viviendo.
Enrique	Universidad San Judas Tadeo		Eso es una película, bien iluminado este bien digamos los planos de cámara bien utilizados se utiliza más este, manejos en edición cosas así para que primer plano la lagrimita, o sea todo esto es una película, una película de terror, además
Montserrat	Universidad San Judas Tadeo		Más bien me asusta porque no entendí el sueño digamos tal vez ya si hay pobreza si hay cáncer terminal, pero creo que no sé si será un fallo o se yo que no explican bien qué es lo que necesitan, solo explotan el dolor son todos llorando qué mal estamos viviendo qué terrible es esta situación, pero ni siquiera le dan la oportunidad al público de saber qué pueden hacer.
Lizeth	Universidad San Judas Tadeo		Efectivamente corroboramos todas las respuestas que emitimos anteriormente donde confirmamos que todo es una obra y todo súper planeado para causar dolor
Alfredo	Universidad San Judas Tadeo		Como decíamos ahora al puro principio la receta viene con plano detalle de la lagrimita, de los ojos perdidos de allá viendo el horizonte, esa no es la hija mayor o el hijo que tiene que llevar el sostén de la familia, es la abuelita, otra figura, digamos que es una persona una anciana. Y algo más iba a decir aquí, era que usan casos por ejemplo mencionan ahí que no reciben pensión, cuántos casos hay en Costa Rica, de padres que no dan pensión, un poco, lo que pasa es que ahora usted se da cuenta no sé cuántas hijas nietos abuelita y madre viviendo en una misma casa.

Nota: Elaboración propia.

Se encontró que los ocho participantes de los grupos focales sienten que se explota el dolor humano en cada uno de los reportajes *Sueños de Navidad* proyectados, porque la manera en como se manejan las imágenes, la utilización de determinadas entrevistas en cámaras, en las cuales hubo ocasiones en que la persona respectiva salió hablando con llanto, como se vio en

todos los reportajes de 2016, ellos lo perciben como un combinado que evoca lástima y que la gente que los llegue a ver los perciba como el “pobrecito”.

Además, consideran que las escenas en donde salen personas haciendo determinadas cosas es planeado, según ellos para generar más dolor. Además, fueron detallistas para mostrar los aspectos de tristeza, pobreza y dolor humano en los respectivos audiovisuales que se les proyectó.

En el caso del grupo focal realizado en la Universidad San Judas hay que destacar lo expresado por uno de los participantes. “Aparte de ver a la señora toda complicada en el equilibrio bajando la escalera ayudada por la niña es excesivo y la verdad es que nada de extrañar de lo que es Sueño de Navidad” (Astúa, grupo focal). Significa esto que todo lo que se ve en los reportajes se planea para que la gente vea la magnitud de su situación, pero creen que está mal hacerlo.

En la siguiente tabla hubo participantes que creen que *Sueños de Navidad* explota el dolor humano, en la que claramente afirman qué tanto se ha hecho. Esas percepciones tienen en común la criticidad implícita en estas.

**Tabla 9: Explotación del dolor humano, grupos focales**

Entrevistado	Universidad	Pregunta	Respuesta
		¿Notan ustedes similitudes entre los casos presentados?	
Óscar	UIA		Si se explota el dolor humano y se utilizan imágenes directamente que son anti éticas a lo que se han enseñado durante las aulas, nosotros sabemos que cuando uno llega al medio eso no, di quedan en la teoría nada más. Como por ejemplo utilizar planos picados para que la persona se vea más pequeña o enfocarle la cara cuando está llorando se utiliza el dolor humano, pero me parece que en este caso existe el consentimiento directo de las personas di con el fin de obtener la ayuda que es lo que se busca en este tipo de casos.
Brando	UIA		Si siento que se está utilizando la verdad es que bueno el inicio hablábamos del rating y

			bueno el rating produce dinero de alguna otra forma y los medios que hacen este tipo de casos o los exponen no lo hacen tal vez por una obra o tal vez si lo hacen pero su objetivo principal es ganar el rating tener poder tener ingresos económicos y siento que sí se está utilizando también se usan imágenes que de una u otra manera hieren la sensibilidad de estas personas
Mari	UIA		Creo que concuerdo demasiado con Óscar, Este realmente creo que se utiliza entonces imágenes con el consentimiento ya que se les ayuda entonces definitivamente si se les explota, si se explota eso demasiado y no es para nada ético si lo vemos desde este punto, pero creo que la gente incluso lo permite todo el mundo lo permite porque es como entre comillas una buena causa.
Enrique	U San Judas		Por supuesto que sí porque el manejo de los planos, todo eso sea con planos detalle del sufrimiento de los primeros planos del dolor del pie torcido, de los ojos sin vista de las manos sin brazos, o sea cosas así tan crueles yo creo que eso es apelar verdad al dolor humano para otras cosas verdad y yo no necesito ver esas cosas como para que me digan que tenga que donar o para conmoverme o sea creo que la humanidad va más allá de eso.
Paola	U San Judas		Sí, se está explotando porque es la manera en que ellos lo están presentado verdad. Yo creo que si ellos presentaran esos casos de otra manera o sea como más positiva o de lucha, pero no la parte en lo que lo están haciendo que es para poner a llorar a todo mundo y para que todo mundo done plata, parece.
Lizeth	U San Judas		Por supuesto que se está explotando el dolor humano y pero aún a beneficio digamos de una empresa o sea por dinero se está explotando la integridad de una persona.
Montserrat	U San Judas		Sí, completamente y creo que es importante recalcar que sí es una realidad y que está bien que nos hagan recordar que somos muy bendecidos los que no estamos en estos <a href="#">caso tan difíciles, pero como decía Paola creo que se puede tomar completamente de otra</a>

			manera y como dice Kike (Enrique) se pueda hacer estructuralmente como periodista completamente diferente y hacerlo visualmente no se más con esperanza y como dice Paola con más lucha que explotar un dolor para ganar dinero.
Alfredo	U San Judas		Para mí la verdad no es una pregunta y creo que cualquier persona crítica sabría que este se explota la imagen de las personas el dolor de las personas como dice Kike (Enrique) planos a detalle de ojos, lágrimas de riñones, de cáncer de la situación precaria en la que viven las personas, creo que el amarillismo abunda en este tipo de noticias.

Nota: Elaboración propia.

Como se pudo apreciar en la tabla anterior, los ocho participantes creen que sí se explota el dolor humano con determinados fines que pueden ir hasta los mercantiles, y se infiere además cada uno tiene la noción respectiva que se lesiona la imagen de las persona. Por otra parte, los ocho participantes notan que la estructura por la que va la línea *Sueños de Navidad 2016* es muy similar inclusive al punto de que a pesar de que no recuerden propiamente cómo son todos los casos, sí tengan noción de lo que se trata, como se ve en la siguiente tabla.

**Tabla 10: Similitudes entre casos**

Entrevistado	Universidad	Pregunta	Respuesta
Oscar	UIA	¿Notan ustedes similitudes entre los casos presentados?	Sí todos mantienen una misma línea editorial empezar di con el caso siempre como te digo la utilización de planos con el fin de demostrar cada vez más o sea que la situación es precaria tanto de vivienda cómo cuando por ejemplo la persona afectada cuenta con una condición médica es directo.
Brando	UIA		Si hay similitudes casi que en la mayoría de todos los casos. Siempre se busca el mismo caso se puede decir.
Mari	UIA		Definitivamente sí, sí hay similitudes porque creo eso es como el concepto que ellos crearon para poder llevar a cabo este programa digamos y creo que ellos no sé lo que buscan es como en realidad siempre es cómo lo mismo una familia y cómo es Navidad, Navidad es como todos en familia, todos felices, entonces muestran como a una

			familia no feliz, una familia triste.
Enrique	U San Judas		Yo creo que todos tienen un mismo manejo verdad o sea todo se busca el sentimiento lastimero. Yo creo que o sea están buscando sensibilizar a la gente es como un discurso que se da a través del dolor de las personas.
Paola	U San Judas		Sí me parece que siguen una misma línea, que sean muy creativos no porque siempre usan lo mismo la toma cerrada en cuanto quieren darle importancia a algo ya sea si la persona está enferma o si está durmiendo en el piso en el barro entonces siempre va a entrar igual la nota siempre va a entrar igual con planos cerrados.
Lizeth	U San Judas		Pienso que todo sigue una misma línea porque todos entran con dolor, todos intentan producir este como sensibilidad en las personas entonces pienso que todos llevan a lo mismo.
Montserrat	U San Judas		El hecho de que todos vengan con esa misma línea creo que más bien es una desventaja para el objetivo de esto, bueno el objetivo real digamos, porque los vuelve monótonos, ninguno crea un verdadero impacto.
Alfredo	U San Judas		La estructura siempre es igual entra y yo le agregaría algo, siempre son como siete hijos generalmente los casos entonces ve ahí el colchón en el que vive la mamá con los hijos el problema de la entrevista con la persona afectada en un caso de la mamá digamos con cáncer y después ponen al hijo mayor que es el que carga o la hija mayor. Ahí siempre sale el mismo discurso es que diay con lo que gana no le da para darle de comer a los hermanos y a mamá si entonces nunca pisan un terreno creador siempre es igual

Nota: Elaboración propia.

Debido a la línea temática como se ha proyectado *Sueños de Navidad*, los participantes perciben que la pobreza se explotó, esto debido a la manera en que se utilizaron los planos, la música y la locución. Según las respuestas obtenidas, sienten que se hizo así con finalidades específicas, que van desde la sensibilización de la gente hasta la contribución de la misma con uno o más casos.

### **Respuesta material de la audiencia**

Esta unidad se relaciona con la anterior, ya que la percepción que tengan las personas acerca de *Sueños de Navidad* va a condicionar las respuestas que den en el sentido de que quieran ayudar a una o más familias presentadas en los diez reportajes incluso más allá de la donación financiera que se anuncia en este.

La respuesta material propiamente de esta muestra se constituye tal y como se apreció tomando en cuenta los distintivos elementos que, contextualizados en el tiempo y espacio actuales justifican el por qué actúan como lo hacen. De acuerdo con el psicólogo Jorge Navarro esto es “por la evolución social, los cambios contextuales generan nuevas necesidades y nuevas maneras de pensar. Cada generación experimenta nuevas maneras de manifestarse y diferentes valores de convivencia”. (Navarro, entrevista semiestructurada vía correo electrónico).

Con la entrevista a Jorge Peña, se descubrió que no solamente hubo personas que realizaron donaciones de dinero para la edición de 2016, sino que se presentan esas ayudas por parte de algunas personas o instituciones, que consisten en cubrir lo que los otros patrocinadores o el Canal, no pueden brindarles a las familias. Esto va de la mano con la reacción de la audiencia, ya que ésta va a condicionar la respuesta material que vaya a brindar, si el impacto fue significativo y sumado a las creencias y valores que tenga, cada persona que la compone ayudará acorde a lo que esta considere que puede dar.

Se indicó que hay otras colaboraciones que son brindadas por terceros que no están contempladas en la ayuda que se brinda inicialmente a las familias, tal y como él explica con amplitud:

Ha sido el tema de la donación de la vivienda y aparte de eso hay gente que te llama para donar en especie o donar otras cosas, juego de comedor, una silla de ruedas, porque los casos muchas veces llevan un aditamento especial que no se contempla dentro de los menajes. Por decirte algo, Monge nos equipa la casa pero por ejemplo si hay un niño parapléjico o algo, pues el niño necesita una silla especial, una cama especial, entonces muchas veces la gente se manifiesta, la empresa privada, terceras personas ayudan de otra forma, lo

que llamamos nosotros, los padrinos que hay personas que se casan con el caso y siguen colaborando. (Peña, entrevista a profundidad vía teléfono).

En lo que respecta de la reacción material de la muestra, por sus características propias, se descubrió que los muchachos participantes de los dos grupos focales no donaron una o más veces financieramente a través de las plataformas para uno o más casos presentados de *Sueños de Navidad* 2016, así como los de ediciones anteriores. Eso no significa en primera instancia que no quieran ayudar a las personas consideradas más necesitadas.

A pesar de lo anterior, ellos admiten que sí estarían dispuestos a ayudar de otras maneras, ya que consideran importante solidarizarse con las familias en condiciones de pobreza, como lo expone una participante, del grupo focal realizado en la Universidad San Judas Tadeo. “si lo haría, pero no sería mi primera opción ir a donar a *Sueños de Navidad*” (Montserrat, grupo focal). Esto lo expone con amplitud otro que integró ese grupo realizado en la Universidad San Judas Tadeo.

Claro, donaría otras cosas, me parece que productos desde higiene corporal hasta víveres son indispensables para vivir, mucho de estas cosas tienen bebés que como se sabe el uso de pañales siempre es necesario y nunca hay suficientes pañales por eso creo que es algo que sí se debería donar. (Astúa, grupo focal).

La respuesta material de cada persona va a ser exactamente diferente por parte de cada una, tomando en cuenta las creencias y valores de esta, también el cómo le afectó el contexto cultural en el que esta se haya desarrollado. En el caso de la muestra seleccionada, contextualizándolo en la segunda mitad del siglo XXI, en el cual hay más individualismo y anhelos de lograr cosas en el mundo, se puede inferir el por qué se actuó como se hizo, ya que si los participantes de los grupos focales se mostraron cuestionadores y maliciosos con la forma en que se produjo *Sueños de Navidad*.

### **Síntesis final**

De acuerdo con los resultados por cada unidad de análisis, se descubrieron varios detalles por resaltar acerca de *Sueños de Navidad* 2016. En primera instancia, para el método de selección de casos de ese año, se deduce que así ha sido su estructura en los últimos años, por ser un programa ya consolidado, es una fórmula que ha funcionado, ya que, de la cantidad de estos que se envían a selección a Teletica por parte del Club de Leones de San Sebastián, se procuró elegir finalmente los doce casos; en los que se vea mayor situación de pobreza y vulnerabilidad, con personas que tengan realmente complicaciones de salud.

Todo lo anterior implica que, los casos que en apariencia son considerados más dramáticos y conmovedores saldrán al aire ya que se busca que la audiencia se sensibilice y de esta manera obtener ayudas financieras para uno o más casos por medio de las donaciones y por supuesto, no es lo mismo por ejemplo un caso de una familia en condiciones de exclusión social donde sus miembros están sanos, a uno en el que hay una mamá con cáncer terminal y que la abuela trabaja para llevar sustento al hogar.

Lo que ya está mencionado hace ver que se eligen los casos que sean más “difíciles”, que cuando se den a conocer, la gente se conmueva y reaccione de una determinada manera. De acuerdo con la Thais Aguilar, en la entrevista que se realizó el 6 de junio en Barrio Escalante, indica que los involucrados con los casos “se regodean en la condición de vulnerabilidad de muchas personas, yo entiendo que se busca ayudar a las personas en condición de pobreza, dotándolas de mejores condiciones de vida. Sin embargo, es usar a la gente pobre para hacer publicidad para empresas”. (Aguilar, entrevista a profundidad).

Hasta cierto punto, lo mencionado por Aguilar se cumple, ya que, cuando aparecen los logos de las empresas y se cuenta lo que estas le han brindado por cada familia, subliminalmente se les da exposición para que la gente las tenga en cuenta y las asocian con obras de caridad. Por lo cual, ella también dijo “eso es capturar audiencia para generar lástima, dar 10 minutos en televisión para empresas que van a sacar su marca porque ellos son los que van a hacer los buenos ayudarle a la gente pobre de este país”.

Lo anterior ha sido evidente ya que *Sueños de Navidad*, ha trabajado con casos de diez familias propiamente, que se han presentado en diciembre para que la gente colabore con donaciones. Además, son individualizaciones de la pobreza, y este aspecto no se aborda como una problemática del país, ya que el porcentaje de pobreza en Costa Rica es muchísimo mayor

que solamente diez familias, porque de acuerdo con la Encuesta Nacional de Hogares en julio de 2016, a pesar de que se logró su reducción en un 1.2% con respecto al 2015, hubo 370 220 hogares en pobreza y 95.004 en pobreza extrema.

Además de los datos mencionados en el párrafo anterior, el hecho de solamente ayudar a diez familias en condiciones de pobreza no ayuda realmente a combatir la misma, aunque en principio, los reportajes no fueron pensados para eso. Alely Pinto, en la entrevista que se le realizó el 20 de junio, apuntó que ese es un problema de abordaje. Se entiende la pobreza o se ve la pobreza en casos individuales. “Se ve la pobreza en casos individuales, pero se pierde la perspectiva de que la pobreza es un problema social en el cual están inmersos muchas personas y las cuales no requieren caridad”. (Pinto, entrevista a profundidad).

Tomando en cuenta todo lo anterior, *Sueños de Navidad* realmente deja de ser un producto periodístico genuino y toca ya una perspectiva mercantilista, ya que, de hecho, logra que varios televidentes emitan sus donaciones a la entidad bancaria, en este caso el BAC San José, y las empresas patrocinadoras, aún sin quererlo, tengan exposición para los casos. Aquí mismo se nota que al hacer esto, estas empresas salen ganando ya que tienen una especie de publicidad gratuita y la gente las asocia con obras de caridad y en consecuencia irán a comprar a estas.

Además, es mucho más barato para los patrocinadores entregar mensajes y ayudas a familias en condiciones de pobreza por parte de las empresas que pagar espacio publicitario en Canal 7, ya que, como referencia, de acuerdo con el tarifario de Teletica 2017, un minuto de pauta en los conocidos comerciales cuesta dos millones ciento sesenta mil colones, eso sin contar el costo de las comercializaciones y menciones en los diferentes programas de Teletica, precio que no se compara con el conjunto de electrodomésticos o víveres.

La exposición de los que patrocinan *Sueños de Navidad* significa que, por la ayuda que se brinde que puede ser poca, se puede lograr mucho y capturar la atención de la gente para ir a comprar a lugares como Walmart, Fundación Monge que tiene la importadora, o contratar a la Constructora Málaga, que es la encargada de la construcción de las casas. Esto debido a que en la audiencia se va interiorizando el nombre de estas, lo cual posibilita que esta los recuerde e incluso quiera ir a una o más de estas empresas a adquirir bienes y servicios, lo cual ya va a representar ganancias para estas, porque tendrán más consumidores o clientes.

Al final, aunque las empresas que patrocinan *Sueños de Navidad* tengan la buena intención de colaborar con las familias, es rentable y beneficioso seguir con la serie de reportajes por las ganancias finales que estas obtienen. Incluso aquí mismo, esas empresas se mencionan y la experta Thais lo hizo, lo cual implica que se ha logrado un nivel de recordación de estas por parte de la gente, debido a la exposición en los reportajes, y la asociación que estas han hecho de empresas con buenas obras.

Todo lo que implica recolectar la información para elaborar los reportajes, que va desde el estudio previo de los casos con ayuda del Club de Leones así como la parte de producción que consiste en entrevistar a las personas, la grabación de tomas, con el fin de elaborar cada producto audiovisual si se considera parte de la actividad periodística de acuerdo con la teoría, ya que se redactan informaciones de acuerdo con lo recabado, que se ha visto tiene todo un proceso de investigación previo a la selección de las familias. Además, todo lo que se presenta va encaminado a lograr un objetivo por parte de Teletica, que es ayudar a diez familias año con año.

A pesar de que Thais Aguilar dijo que *Sueños de Navidad* no es Periodismo, se difiere con este criterio, porque a pesar de que las cosas no se realizan para un interés público en general sino con un fin específico de ayudar a las familias, por todo el proceso que hay para realizar *Sueños de Navidad* desde la pre producción hasta la post producción, la titulación de casos con las 6 W y el uso de técnicas periodísticas para cada reportaje, están en un conjunto que comprende una actividad que al fin y al cabo forma parte del ejercicio periodístico.

En los *Sueños de Navidad* 2016, al mostrarse con detalle los aspectos de las casas, las dificultades de las personas en la salud, sumado al discurso de la periodista Natalia Suárez y en algunas ocasiones poner a entrevistados llorando, se incurre en la denominada porno pobreza, ya que esta técnica, que también ha sido usada por Organizaciones No Gubernamentales, ha funcionado y eso se ha visto no solo en la respuesta material de varias personas, sino en que se logra impactar a la gente, además de que se muestra la tristeza lo suficiente para conseguir que se done.

De la mano con lo anterior, cuando se apela a una música percibida como triste al momento de mostrar imágenes del interior de las casas en condiciones deplorables en cierta forma se evoca a lo emocional e incluso sentimental para con la gente. “La música por sí sola genera emociones en la audiencia, por lo tanto, el musicalizar las escenas de personas en

condiciones de pobreza puede afectar la percepción del público, generando sentimientos de tristeza” (Chinchilla, 2015, p. 87).

Además, contar con detalle la condición de vida de cada una de las familias en las cuales deben atravesar dificultades y las carencias que tiene, la narración de sus dificultades de hecho no es lo correcto, ya que se cae en la emisión de un discurso lastimero que provoca conmoción en la gente, esto de acuerdo con el concepto que se maneja para este trabajo de Periodismo Social, que es un periodismo de servicio y que busca manejar de forma respetuosa la información acerca de las personas en pro de hacerlas valer y respetar su dignidad.

En el párrafo anterior se cae en cuenta que en la presentación de los casos *Sueños de Navidad*, se re victimiza a las personas y ellas patentizan su vida no sólo al equipo que va al respectivo lugar a realizar las grabaciones, sino a todos aquellos quienes ven los casos. En Canal 7 se dice que la finalidad es sensibilizar a la audiencia, cosa que se logra, pero a costa de exponer la vida de las personas, como indica Pinto con amplitud:

El problema de esto es que claro, sensibiliza pero re victimiza porque hay que ponerse en el lugar de ellos. Póngase usted en el lugar de ellos. Usted en una situación donde tiene una discapacidad, piernas o lo que sea, que fue abandonado que vive en la pobreza y todo y que llegue a la “tele” véase usted diez años después sabiendo que la gente se quedó con la imagen suya, tal vez usted estudió tal vez usted hizo otra cosa y tiene una vida diferente, pero, sin embargo ,usted se quedó ahí en aquel muchacho que tenía esto entonces este es un un problema realmente de abordaje.  
(Pinto, entrevista a profundidad)

Analizando lo que dijo Alely, se toca un punto que conlleva la forma en cómo se han abordado las temáticas de pobreza y exclusión social, que, posterior a lo que se considera la re victimización de las personas que aparecen en los casos, llega el crearle un estigma por parte de las personas quienes, paulatinamente han visto contenidos similares a *Sueños de Navidad*, ya que las primeras al ser presentados como víctimas, las segundas lo perpetúan así, y van asociando su forma de vida o apariencia con pobreza en el sentido material.

Por la forma en que se dan a conocer los casos de *Sueños de Navidad*, para que en cada diciembre las personas contribuyan con cambiarle la vida a las diez familias hay un detalle. Se hace justamente en ese mes, debido a que, por la época navideña, las personas están felices, con su aguinaldo pago y disfrutando con sus seres queridos, para que, hagan conciencia de que hay individuos menos favorecidos con sus situaciones de vida y los ayuden.

Lo mencionado en el párrafo anterior corresponde a un aspecto que señaló Pinto en la entrevista a profundidad, que es la manera en cómo se anunció la presentación de los casos evocando a la caridad. Ella dijo, refiriéndose a una expresión del autor argentino Ernesto Sábato, que “cuando se da limosna, la limosna es caridad” esto debido a que cuando una persona ayuda a una familia, lo hace por limpiarse la conciencia y en consecuencia estar bien consigo mismo, sin considerar el impacto que pueda tener su ayuda a quien se la brinda. De hecho, es necesario mencionar una explicación que el autor mencionado brinda con amplitud para entender este tema:

Cualquiera sabe que no se resuelve el problema de un mendigo (de un mendigo auténtico) con un peso o un pedazo de pan; solamente se resuelve el problema psicológico del señor que compra así, por casi nada, su tranquilidad espiritual y su título de generoso. Júzguese hasta qué punto esa gente es mezquina cuando no se decide a gastar más de un peso por día para asegurar su tranquilidad espiritual y la idea reconfortante y vanidosa de su bondad. ¡Cuánta más pureza, de espíritu y cuánto más valor se requiere para sobrellevar la existencia de la miseria humana sin esta hipócrita (y usuaria) operación! (Sábato, 1948, p.20).

La cita anterior de Sábato se adapta de esta manera a *Sueños de Navidad*. Una persona vio un reportaje, después de verlo, se conmocionó y sensibilizó. Luego hizo un donativo para contribuir a la ayuda para el caso. Pero en ningún momento este individuo tiene una empatía y conexión real con los miembros de la familia que le fue presentada; ayudó nada más porque se sintió impactado, y para obtener tranquilidad, porque sí colaboró, ya que si no lo hubiera hecho se sentiría mal. Por consecuencia, tiene esa satisfacción personal de haber donado, sin pensar en cómo se utilizará su ayuda propiamente para la situación presentada.

Aquí un hallazgo que se pudo detectar y que se relaciona con lo dicho en el párrafo anterior, y es que esa forma de ayudar a quienes se considera, viven en condiciones de pobreza o incluso en situación de calle, puede condicionar a las personas que ayudan con limosnas. Esto, por la cuestión ya mencionada de Sábato, se limitan a pensar que es correcto ayudarles solamente dándoles dinero o comprarles comida, y se sienten tranquilos por ayudar y según ellos con la conciencia limpia. Pero esas cosas que dieron se agotarán y volverán a pedir y el ciclo se repite.

Esas personas por estar haciendo lo ya mencionado, interiorizan que esa forma de colaborar es la correcta porque se sienten bien y asocian el dar dinero o comida con paz y tranquilidad, condicionándose como los perros del fisiólogo ruso Ivan Pavlov. Cuando él les mostraba comida, sonaba una campana y estos salivaban, porque sentían antojo de comer. Lo hacía varias veces y después el no mostraba el alimento, sólo sonaba la campana, pero siempre iban a salivar, creando así un reflejo condicionado.

Bara (2001), en su memoria para optar por el grado de doctor titulada *Estrategias metacognitivas y de aprendizaje: estudio empírico sobre el efecto de la aplicación de un programa metacognitivo, y el dominio de las estrategias de aprendizaje en estudiantes de E.S.O, B.U.P y universidad* menciona que hay dos etapas de este condicionamiento: la no condicionada en la cual cualquier estímulo puede generar una respuesta automática, y la condicionada, que es cuando ya el estímulo está fijado y genera una respuesta que de ser la anterior se repite porque está condicionada (p.10).

Se puede decir que con los seres humanos sucedió algo similar a los perros de Pavlov. Ellos al estar en contacto con un estímulo ver a una persona en mal estado y situación de pobreza o mendicidad (mostrar la comida) pidiéndoles la considerada limosna (sonar la campana) reaccionaban brindando lo que quisieran dar (salivación de los perros). De hecho, este condicionamiento se puede constituir en una forma de aprendizaje que se va interiorizando, y de hecho un individuo puede, por ese condicionamiento ver a una persona en situación de calle pidiendo dinero, por ejemplo, y automáticamente sin reflexionar va a darle dinero.

De esta manera se forja una ideología casi dañina de que esa manera de ayudar está bien, ya que la situación anterior va a repetirse debido a que la ayuda que dieron se acaba ese día y quienes piden tienen que volver a hacerlo. Esto realmente no soluciona el problema de la persona

que pide, ya que ella va a volver a hacerlo frecuente e indefinidamente, mientras que quienes colaboraron creen que ya se ayudó a quien le pedía.

Todo lo mencionado hasta ahora va de la mano con una de las estrategias de manipulación mediática que mencionó Chomsky “s,f,” que es la correspondiente a lo emocional. Sirve “para causar un corto circuito en el análisis racional, y finalmente al sentido crítico de los individuos” (Diez Estrategias de manipulación mediática, “s,f,” p.8). Esto debido a que se han utilizado los recursos audiovisuales y periodísticos de tal manera que se exploten los elementos de pobreza y tristeza opacando incluso la capacidad de análisis de quien lo ve, disminuyendo incluso por prevalecer la impresión que se genera al ver cada caso.

En este caso de *Sueños de Navidad*, como se parte de que la gente no ayudará así nada más, se apeló a su conmoción, a impactarla para que lo haga. De hecho, se refuerza en los casos en los que ponen a las personas llorando y hablando con la voz entrecortada, que puede impactar a quien los ve y este llega a un punto en el que se conmueve o siente lástima, y eventualmente puede dar una respuesta material.

Lo anterior trae como consecuencia que se referencie a personas similares a las presentadas en *Sueños de Navidad* por sus carencias materiales y malas condiciones para vivir. Por esto surge ese arquetipo de que las personas en condición de pobreza viven en tugurios, que es moreno y también viste con ropas dañadas. Esto debido a que la audiencia termina perpetuando a los miembros de las familias como “pobrecitos” porque en *Sueños de Navidad*, no solamente de 2016 sino de años anteriores, se ha hecho mucho énfasis en la parte discursiva en lo que es la narración de las dificultades de vida y físicas, en el caso de quienes las presentan.

Además, en los diez casos no se les ha destacado lo positivo en cuanto a la lucha y cosas positivas que las familias pudieran tener en la misma medida que se muestra la pobreza. Y es por todo lo que se ha narrado hasta aquí, que la gente no tiene una visión diferente en primera instancia de lo que es una persona que vive en condiciones de pobreza. Por ejemplo, la gente difícilmente cree que una persona en condición de pobreza sea bien parecida, con buena vestimenta, y que además tenga mucha formación académica. La visión en primera instancia será la que le presentó la serie de reportajes, que ya se vio en el párrafo anterior a este, y que se evidenciará implícitamente en los siguientes.

En cuanto al contenido de los reportajes, desde los conceptos del marco referencial hay cosas que son debatibles. Esto tomando en cuenta la elección de los casos, la estructura de estos y como lo percibe la gente, son elementos que interactúan entre sí y que brindan resultados que son analizados con detalle.

La presentación audiovisual de los diez casos, como se pudo analizar (ver insumos audiovisuales y periodísticos) es prácticamente la misma, cuya temática y locución de Natalia Suárez son similares en todos. Esto es prácticamente un discurso monótono, que la muestra de grupos focales percibió así, el cual proyecta la pobreza como un asunto de carencias financieras al mostrar cómo viste y vive la persona que se percibe como pobre. De esta forma no sólo se invisibiliza otros tipos de pobreza reales, sino que se perpetúa en la gente que solo ésta hay.

No solamente *Sueños de Navidad* se tornó en un discurso uniforme y monótono, sino que además se volvió predecible. Esto porque la gente ya sabe que cuando se van a presentar las diez familias, el tópico es el abordaje de condiciones serias de pobreza, con uno o más de sus miembros con discapacidades o malestares físicos o mentales, cuyo discurso contendrá la descripción respectiva de cada caso.

La presencia de primeros planos del estado anímico de las personas, las tomas en las cuales se aprecia el exterior e interior de las casas, lo que hacen es acentuar cosas que ya están, como la tristeza y la pobreza. No se limita a reflejarlos puesto que, desde la perspectiva de Canal 7, se busca concientizar a los televidentes para que colaboren. El editor de estos reportajes, en la entrevista mencionó variar la sensibilización, que es lo que se buscó con estos cuando se proyecten al público. Por ejemplo, en el tema de los planos expuso:

Que sean los mismos planos que sea la misma gente la que nos enseñe en qué situación vive. No jugar con el sentimiento ni con las necesidades de ellos, sino que la gente vea, las familias tienen este problema usted puede dejar una solución al hecho. (Núñez, entrevista a profundidad)

Este asunto de evidenciar la situación de la familia, hay que caer en cuenta que es según la percepción que el equipo técnico haya tenido de esta, que probablemente coincida con la de muchas personas. Es una situación que está ahí y que no se puede ocultar. Y desde una visión

humanista con *Sueños de Navidad* se quiere ayudarles. Pero no implica que se deban mostrar con detalle todos estos aspectos porque ya de por sí, son casos en los que no es necesario ser tan descriptivo para darlos a conocer a una audiencia.

Los casos de este proyecto, no sólo los de 2016, sino los de años más atrás, tienen a cada familia como el eje, pero en el sentido de que en el proyecto del Canal se les muestra las condiciones de pobreza que tienen, que según Thais Aguilar “es un proyecto comercial, para generar lástima en las personas, en un formato que ha pasado invariable en treinta años, en que se ha vuelto, así como la historia esperada del cuento de navidad”. (Aguilar, entrevista a profundidad) Se deduce el interés humano que hay por las diez familias, pero que se traduce en los reportajes en mostrarlas como “pobrecitas” y se crea el discurso que evoca lástima y tristeza en las personas.

En el caso propio de los primeros planos y los primerísimos primeros planos, en los cuales la gente sale visiblemente afectada, es claro que se evidenció el dolor humano. A pesar de que en Canal 7 la consigna es hacer un reportaje humanista, no quiere decir que el dolor humano deba mostrarse explícitamente para sensibilizar a una audiencia, además de considerar que no es correcto hacerlo.

De esta manera, *Sueños de Navidad* 2016, está muy lejos de ser Periodismo Social, porque las personas en condición de vulnerabilidad no salen proponiendo soluciones a su respectiva situación de vida, y no representa un empoderamiento de estas, en el sentido de que ellos cuenten propiamente todo lo relacionado con su historia de vida que no solamente abarque la pobreza, sino que se les presenta desde la visión y perspectiva de la periodista.

Aunado a lo anterior, la información se elaboró con el fin de que la gente colabore con dinero a través de la plataforma anunciada posterior a la presentación del caso. Está claro que eso, como cualquier otro producto audiovisual, va a vender, tiene que hacerse, y eso fue uno de los aspectos que se han mencionado a lo largo de este capítulo, eso se ve porque genera ganancias y es un tema que da para hablar, como se vio en las respuestas de los grupos focales.

De la mano con el párrafo anterior, por todo lo que se ha mencionado en cierta forma se torna mercancía ya que los minutos en televisión cuestan dinero y se objetivizó a las personas con el fin de obtener resultados con *Sueños de Navidad*. O sea que se muestran como el gancho para

que las personas sigan viendo el caso. Así, el proyectar la información de las familias como se ha hecho, tiene la finalidad de que los miembros de la audiencia que ven el caso, colaboren con ellas. De hecho, se menciona que:

Es una estrategia de crear lástima, para que entonces uno se conmueva y crea que ir a comprar en tiendas Monge, al final le ayuda a los *Sueños de Navidad*, o ir a Walmart, o no sé si simplemente es una estrategia de colocar una marca ahí (Aguilar, entrevista a profundidad).

Si se considera lo dicho por la experta, se tiene claro que aquí juega un tema de percepciones. En Canal 7 aseguran que no se juega con el dolor de las personas y se entiende que no quieren explotar el dolor, pero, por otro lado, quienes tienen una formación académica universitaria y experiencia en el campo del periodismo aseveran luego de ver la descripción de la pobreza a nivel audiovisual que así se hace, ya que creen que todo lo que se grabó está planeado para convencer a la gente a que colabore, en el entendido que se plasma con detalle el dolor y la pobreza, además de re victimizarse a las personas que cuenten su desgracia, su situación de pobreza con tal de que la gente done.

Retomando el reportaje anterior, los participantes del grupo focal de la Universidad San Judas observaron los detalles audiovisuales que este contenía, y después mostraron opiniones que van de la mano con todo lo dicho hasta aquí y, de hecho, hacen ver según su percepción, qué tan planeado está todo lo que se hace ahí para grabar las tomas de apoyo y entrevistas. De hecho, refuerzan la opinión cuestionadora que tienen acerca de *Sueños de Navidad*, como se aprecia a continuación.

**Tabla 11: ¿Qué tan elaborado creen que sea el caso?**

Entrevistado	Pregunta	Respuesta
	<b>¿Por aspectos como poner a la señora durmiendo, como poner a la niña lavando platos, que tan planeado creen ustedes que son hacer para elaborar este caso?</b>	
Paola		De si, es una película, estamos de acuerdo en que todo el mundo lava platos, pero ponen a

		una chiquita por algo, que la abuelita tiene que ir a trabajar pues le tocó a ella pero lo que hace o sea me parece que es un teatro.
Enrique		Está completamente manipulado todo, o sea todo fue así como bien ejecutado y ponen a las personas a hacer cosas para que generen más dolor ¿verdad? este sí, completamente manipulado
Montserrat		Pues sí, es una película tiene un guion tiene una línea a seguir, tiene objetivos y el dolor humano creo que se vuelve un factor en una en un objetivo muchísimo más grande y sí está completamente pensado
Alfredo		Como dicen ellos es un guión, planeado al objetivo directo al blanco perfectamente ejecutado.
Lizeth		Un formato completamente que se tiene que seguir todos los años

Nota: Elaboración propia.

Además de las opiniones de los participantes, en este reportaje propiamente cuando se pone la inserción de la chiquita (la hija menor) aparece llorando y hablando con la voz entrecortada, bajo la perspectiva del Periodismo Social, no debe hacerse, ya que se evoca emociones de tristeza en las audiencias y la consigna es ser como un servicio que ayude sin lesionar la dignidad de las personas. Un detalle por tomar en cuenta para la aparición de cada persona en *Sueños de Navidad*, es el derecho de imagen, contemplado en el art.47 del Código Civil de Costa Rica (1887), el cual dice:

La fotografía o la imagen de una persona no puede ser publicada, reproducida, expuesta ni vendida en forma alguna si no es con su consentimiento, a menos que la reproducción esté justificada por la notoriedad de aquella, la función pública que desempeñe, las necesidades de justicia o de policía, o cuando tal reproducción se relacione con hechos, acontecimientos o ceremonias de interés

público o que tengan lugar en público. Las imágenes y fotografías con roles estereotipados que refuercen actitudes discriminantes hacia sectores sociales no pueden ser publicadas, reproducidas, expuestas ni vendidas en forma alguna. (Código Civil de Costa Rica, Reformado por Ley 7600 sobre Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad, 1996, pp. 9-10).

Cada familia, de acuerdo con Jorge Peña, da el consentimiento para que cada miembro aparezca en una entrevista. En algunas de estas se incluye un menor de edad o varios de ser el caso. En el caso del papá que sale lagrimeando y hablando con voz entrecortada (ver tabla 2), no hay inconveniente puesto que el dio el respectivo permiso y desconoce la implicación de salir triste ante una cámara. En el de la madre con cáncer terminal, llama la atención que, a pesar de eso, exista una especie de portillo legal para poner la imagen de una niña llorando, algo debatible y, de acuerdo con la teoría y de la mano con todo lo ya analizado, es algo que debe evitarse.

Incluso Aguilar mencionó que con los aspectos de pobreza “la suma de esas condiciones más la manera en que se presenta la información, violentando especialmente la identidad de las personas menores de edad en condiciones de vulnerabilidad, eso es absolutamente ilegal” (Aguilar, entrevista a profundidad). Pero, dependiendo de cómo se hizo el abordaje a los menores de edad en *Sueños de Navidad*, al final puede determinarse si fue todo legalmente o no.

Si eventualmente se dio permiso para grabarlos pero, aun así, se hicieron tomas o entrevistas que no se debían, que la familia considere que no debió ser así, pueden haber procesos legales, si es que se emprenden, por la violación del derecho de imagen. Esta posibilidad cabe dentro de lo legal, pero hasta el momento no se ha dado a conocer casos de este tipo en los medios de comunicación relacionados propiamente con *Sueños de Navidad*. Pero las familias, dado su nivel económico traen también la falta de formación académica, y se infiere que esto implica justamente el conocimiento a cabalidad de sus derechos como el de Imagen, y en consecuencia no percibirán como el uso que se le da a la imagen.

El tema del derecho de imagen va de la mano con una norma contemplada en el Código de ética del Colegio de Periodistas de Costa Rica (2012), en el artículo 15 que dice: “No explotar la imagen ni los atributos de la persona como mercancía, ni como estrategia para manipular a la audiencia” (p. 22). Si se analiza cómo se han realizado los reportajes con los casos para la

televisión a la luz de esto, prácticamente se ha enaltecido la pobreza y dificultades de vida de cada persona, ya que se mezclan los elementos audiovisuales para impactar a las personas para que se sensibilicen y den respuestas materiales, principalmente donaciones.

Otro aspecto que se detectó fue el discurso en el que se da a entender que uno puede cambiar la vida de una persona con las donaciones, específicamente al final del caso. Eso lo que sub comunica es que quienes ven los reportajes, al tener mejores condiciones de vida y tener salario, tienen la capacidad de constituirse en una de las “salvadas” para una o más personas presentadas, y más bien evoca una especie de redentor en las personas que donan.

En lo que respecta a mostrar la pobreza y el dolor humano en los diez casos, hay cuestiones que se deben considerar. Como se ha reiterado, la periodista contó los aspectos respectivos de cada familia. Primeramente, un tema delicado como la pobreza, desde el Periodismo Social, debe cubrirse de manera equilibrada en el manejo de información y especialmente en pro de no lastimar la dignidad e integridad de las personas que la tienen. Si bien es cierto, no es un tema que se pueda maquillar y tampoco se debe mostrar con detalle, por las razones anteriores, tampoco se justifica mostrar todas sus características.

Con base en el párrafo anterior, se deduce que obviamente hay que mostrar la situación de pobreza, pero desde la teoría y bajo el criterio de investigación, debe hacerse hasta cierto punto y de manera equilibrada y no invasiva. Hay formas más adecuadas de informar a la ciudadanía acerca de ese detalle sin ser explícito. Una de las expertas señalaba al respecto con amplitud:

Para informar de la pobreza usted puede hacer tomas por supuesto, usted puede tomar las casas pero no invadirlas, por qué se mete en la casa de alguien, por muy sencilla que sea, hay un respeto mínimo a una vivienda. Claro yo hago una toma de casas que están a la orilla de un río, están aquí no porque les gusta ver el agua sucia, están aquí porque no tiene un terreno en otra parte, entonces viven ahí porque no pueden comprar otro terreno. Y hago la toma a las casas, estoy mostrando la pobreza reflejada en la mala calidad de las viviendas. (Pinto, entrevista a profundidad).

Lo que se dijo aquí es que el periodista puede regularse y tener cuidado a la hora de obtener las imágenes de las casas en condiciones de vulnerabilidad. Si bien es cierto, con el consentimiento de las familias, se autoriza que se grabe el interior de sus casas, no se debe ser tan invasivo y mostrar apenas lo necesario, porque ya con eso la gente entiende las condiciones en las que se encuentran.

Para esta investigación de la pobreza, se manejó el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial, cosa que no aplica para *Sueños de Navidad*, porque no es una iniciativa en la que sólo Teletica actúe, sino que es la televisora la que le pide a los costarricenses que colaboren, y de acuerdo con la teoría, tiene que correr por parte de la empresa propiamente.

La serie de reportajes es si apenas una de las maneras que tiene Televisora de Costa Rica como iniciativas para ayudar a los demás con sus necesidades. Aparte de las ayudas que se brindan en diciembre, hay que mencionar que Canal 7 realiza otras ayudas que ni siquiera sale en televisión que se hicieron, como lo explica uno de los encargados Lázaro Malvarez con detalle:

Mucha de la ayuda que nosotros damos no sale ni por televisión, o sea muchos de los proyectos los que nosotros nos metemos hay casos como estos, el año pasado no recuerdo la suma, pero entregamos como 50 sillas de ruedas y creo que nunca dimos ni una nota, después fuimos por allá a un hogar de adultos mayores en Naranjo, los ayudamos muchísimo y tal vez lo que se hizo fue se consignó ¿y sabe por qué a veces los consignamos? porque es el dinero de las personas, entonces por los expertos a usted a mí que pusimos plata entonces me dicen bueno sí. Yo creo que la rendición de cuentas está buena, entonces por eso es que una vez al año al final salimos diciendo, cumplimos, el dinero que usted dio, permitió esto, entonces usted ve ya la casa y todo, porque también es eso. (Malvarez, entrevista a profundidad).

Nótese que en todo este análisis no se pone en tela de duda las buenas intenciones de ayudar a los demás. De hecho, evidencian la solidaridad e incluso la buena voluntad que ha tenido Teletica para con el prójimo. Lo que se pone en el tapete es el cómo se ha hecho con *Sueños de Navidad* durante los últimos años, realizando las cosas ya leídas y las que siguen más

adelante, y que se considera inapropiadas para informar acerca de la pobreza. Se parte de que los encargados de Canal 7 no tuvieron la mala fe de hacer las cosas como las han hecho, pero sí se les señala aspectos que se considera cuestionables a la hora de elaborar los reportajes.

Una cosa interesante que se pudo observar fue que la exposición de los patrocinadores en lo que es las entregas de las casas. Al final esta resulta beneficiosa para los primeros, ya que representa que tendrán más ventas, por el hecho de que son mencionadas y además aparecen entregando sus ayudas y que la audiencia asocie las marcas con actos de caridad como *Sueños de Navidad*, y esto mueve en la gente el querer comprar las cosas ahí por eso.

Otro aspecto relacionado con los casos, es que, al estar presente un discurso uniforme acerca de la pobreza, se tiende a estereotiparla y a encasillar con características específicas: llega un punto en el que, por ver los reportajes, se entiende como la carencia de bienes materiales en buen estado, cuestión de hecho se refuerza con los reportajes porque ya existe y la gente puede perpetuarlo, o sea, si ven a un individuo con determinada apariencia y vestimenta, lo va a encasillar como un individuo pobre, aunque de hecho él tenga un estilo de vida normal y habitual.

En la tabla que sigue, lo que expusieron los participantes mencionados de los grupos focales sirve para evidenciar lo dicho de la estereotipificación de la pobreza. También se infiere hasta qué punto incluso la serie de reportajes les pudo haber condicionado en sus percepciones.

**Tabla 12: Percepciones**

Entrevistado	Universidad	Pregunta	Respuesta
		<b>¿Creen ustedes que con <i>Sueños de Navidad</i> se ha estereotipado a las personas pobres como individuos que susciten caridad?</b>	
Oscar	UIA		Sí, porque o sea se está encasillando que normalmente las personas pobres viven en precarios viven en condiciones deplorables y que tiene bastante cantidad de hijos, normalmente los casos de navidad tienen más de dos o tres hijos. Entonces para una familia costarricense se está saliendo del parámetro

Brando	UIA		Siento que sí, este, tal vez los medio buscan dar, no lo buscan sino que en su forma en sus intereses ven como que las personas pobres son de caridad que sólo dependen de eso y de nada más
Mari	UIA		Sí, como lo mencionamos desde el inicio ,la pobreza no sólo es no poseer cosas materiales o dinero, son muchas cosas más entonces definitivamente se estereotipa lo que se puede ser una persona pobre en nuestro país
Enrique	Universidad San Judas Tadeo		A ver si <i>Sueños de Navidad</i> fuera algo que generará realmente un impacto en la sociedad pero a mí yo no necesito <i>Sueños de Navidad</i> para estereotipar a nadie
Lizeth	Universidad San Judas Tadeo		Di exactamente pienso que si alguien es pobre no necesita ya estereotiparlo porque ya es y mucho menos va a tampoco va a necesitar que o sea encasillarlo en caridad porque di si es pobre obviamente va a necesitar y va a necesitar miles de necesidades
Paola	Universidad San Judas Tadeo		Concuerdo, di que no se debe hacer así, ya por sus condiciones se sabe cómo es.
Alfredo	Universidad San Judas Tadeo		Creo que estereotipar en general es bastante malo, pero en estos casos es todavía peor porque es un tema tal vez sensible para ellos esa es su realidad y ahí nada más están humillando no sólo estereotipando

Nota: Elaboración propia.

Lo anterior se debe a que, por la forma en como están constituidos los reportajes *Sueños de Navidad*, y el discurso uniforme y monótono que se ha manejado en estos, se formó en la mente de las personas que la pobreza es la falta de recursos para abastecer las necesidades básicas, sumado a la imagen que se tiene de las personas en esa condición que son de mal

aspecto. Entonces se deja de lado otras formas propias de pobreza, como la de educación, de salud, ya que una persona que viva dentro de lo que se puede considerar bien, con su casa en buen estado y que se solventan las carencias del individuo, pueda ser que facetas como las anteriores tengan realmente deficiencias.

Otro hallazgo que se detectó, es que se tergiversa la pobreza, es el cómo se aborda esta temática desde el periodismo. No se le maneja como una problemática social en la que se traten muchos casos a nivel del país, sino que se individualiza y no la toca desde su concepción extrema, aspecto que mencionó Pinto de manera amplia:

Se ve la pobreza en casos individuales, en esa señora que está en condiciones de vulnerabilidad en su casa que se está cayendo a la orilla de un guindo. Se pierde la perspectiva de que la pobreza es un problema social en el cual están inmersos muchas personas y las cuales no requieren caridad. Esas personas que están en pobreza en este país lo que requiere son políticas que propicien la inclusión social de ellas entonces hay totalmente una tergiversación. La pobreza no de mostrar aunque sean casos aislados y sueltos. El problema está en el abordaje. No se le va con la caridad. A la pobreza para tener una respuesta efectiva se le va con soluciones de políticas y de inversiones para promover la inclusión social de todos los habitantes de este país.

Lo expuesto tanto por los participantes del grupo focal de la UIA como por Alely, refleja el hecho que se mencionó anteriormente, de que la serie de casos *Sueños de Navidad* adquirió durante los últimos años, un discurso monótono que no solamente muestra casos específicos de pobreza y vulnerabilidad, muestra la pobreza como un tema de cosas tangibles y de carencias de necesidades fisiológicas para las personas, como la falta de comida y de productos de higiene.

Y en lo que corresponde a la respuesta material de la audiencia, se puede decir que ésta siempre se ha logrado con *Sueños de Navidad*, aunque no se va a hacer siempre con el perfil de personas que integraron la muestra de esta investigación, como sucedió para este trabajo. Ciertamente como ya se mencionó, esto dependerá de cuánto haya calado un caso o más en las

personas y a su vez, la concepción que esta tenga no solo de *Sueños de Navidad*, sino del sentido de ayudar a los demás y la manera en la que se hace.

Un detalle que se debe considerar es la vinculación que tienen las unidades de análisis entre sí. Esto debe apreciarse con una visión sistémica, con el objetivo de entender a plenitud todo lo relacionado con *Sueños de Navidad* en cuanto a los resultados ya expuestos y analizados. Por ejemplo, el método de selección de casos tiene que ver con la percepción de la audiencia, porque una audiencia como la muestra de los grupos focales pudo propiciar que estos sientan que se explota la pobreza y el dolor humano.

Lo anterior se dice en el entendido de que los encargados de los reportajes en Canal 7 eligieron casos considerados dramáticos, que de paso también tiene que ver con los recursos discursivos y retóricos, por la manera en cómo a través de los discursos visuales, verbales y junto con la musicalización se dan a conocer los casos.

Los insumos periodísticos y audiovisuales también tienen que ver con la selección de casos ya que esos recursos sirven para evidenciar los detalles de la elección de estos y de paso en la percepción de la audiencia se cae en cuenta del cómo se utilizan para elaborar un producto audiovisual. La respuesta material de la audiencia se relaciona con la de percepción ya que, dependiendo de cómo ellos perciban que se muestra la pobreza y la tristeza ellos harán alguna acción al respecto, ya que eso va de la mano con las creencias que ellos tengan.

Sumado a lo anterior, la percepción se relaciona también con las unidades de insumos y recursos, porque las segundas, van condicionando la reacción de las personas ante los reportajes, pero a la luz de las ideas que tengan estas. A su vez, esto puede condicionar la respuesta material, que, por las respuestas dadas por quienes estuvieron en los grupos focales, es probable que no haya.

Con todos los resultados de las unidades de análisis, tanto en sí mismos como la combinación de estos, se logra demostrar el uso de la información periodística con relación a la respuesta del público meta. Esto se traduce en que *Sueños de Navidad*, a pesar de tener la buena fe de ayudar a personas, por las implicaciones reales que hay de por medio y que se ven en esta síntesis final, termina convirtiéndose en un producto casi mercantilista, que como pasa con la

Teletón, muestran informaciones de personas a las que se les termina proyectando como sujetos de caridad para lograr contribuciones de los televidentes.

## CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Fruto de las arduas labores de investigación y análisis, a continuación, se concluye y recomienda acorde con lo proyectado desde un principio. Deben tomarse en consideración y que sirvan como precedente para la propuesta que se ve en el capítulo siguiente.

### Conclusiones

Todo lo realizado en los tres primeros capítulos, más la aplicación de instrumentos y el posterior análisis de resultados, ha sido de suma importancia debido a que se indagó en la forma en cómo se ha abordado en los últimos años los temas de pobreza y dolor humano. Con el presente trabajo, se pretende evidenciar el impacto desde diferentes aristas de lo que ha tenido que ver con la serie de reportajes. Además, contribuye a responder el planteamiento del problema.

Para empezar, *Sueños de Navidad* ha representado la ruptura del círculo típico de un medio de comunicación. Esto significa que habitualmente en la transmisión de informaciones audiovisuales, la gente consume la información y listo, consumieron el contenido y no hace acciones concretas alusivas a eso. Pero con el producto analizado no sólo los televidentes se enteran de los casos de pobreza, sino que en consecuencia contribuyen con respuestas materiales, debido a la forma en cómo estos se les presentaron. No sólo lo trasciende, sino que por esto su realización se volviese una cuestión mercantil que no representa un producto periodístico genuino y puro.

A pesar de lo anterior, la realización de la serie de reportajes *Sueños de Navidad*, desde la óptica humanista, es algo muy noble y de solidaridad con las personas que tienen condiciones difíciles de vida, esto en procura de ayudarles con la satisfacción de sus necesidades. Pero el interés humano que hay ahí lo han revestido a mostrarlas como “pobrecitos”, evidenciar lo mal que viven, cómo lucen con su apariencia y qué tan empinada es la forma de afrontar el día a día. Esto volvió predecible a este producto, porque es la estructura que ya la gente va a imaginarse después de haber visto *Sueños de Navidad* durante los últimos cuatro años.

Como se pudo apreciar, el proyecto de Teletica no es algo momentáneo como se podía pensar, sino que la forma en que se trabaja para la elección de los casos es algo muy elaborado y

que prácticamente no tiene descanso; desde que se realizan las entregas de las casas, víveres, menajes y demás, ya se empieza con los casos para el año siguiente. y de hecho, las labores respectivas se realizan desde febrero.

Pero detrás de la noble intención de *Sueños de Navidad*, se han hecho cosas que desde el marco del Periodismo Social no son correctas, por ejemplo, hacer discursos que la gente perciba como lastimeros y que propicien que la gente se condicione a verlos como sujetos de caridad. Más bien se cayó en re victimizarlos, por ejemplo, en los reportajes de la madre con cáncer terminal y el de Naranjo, poner los primeros planos de la gente con ojos llorosos, en los cuales se proyecta el infortunio respectivo por el que han pasado, que por sí solos lo comunican.

En principio, *Sueños de Navidad* no ha representado una manera de darle una solución real a los temas de pobreza y exclusión social desde un nivel generalizado o país, ya que se enfoca en diez familias concretos, por lo que sólo ha abordado la pobreza en casos concretos e individualizados. Esto tomando en cuenta que su objetivo es ayudar a diez familias por año, por lo que nunca se pensó su realización a nivel social o general.

Con todo lo que se abarcó, a fin de llegarle a la audiencia con planos, locución, música y titulares, se logró atraerla al punto de que sintoniza el Canal para verlo, para obtener reacciones materiales en pro de las familias y a la vez se va generando rating y beneficios . La actividad periodística realizada no se encaminó a hechos de interés públicos como tal, sino que se alejó de eso para dar a conocer los casos, tanto en la presentación de estos, como la posterior entrega de las casas y los menajes, donde sale la mención de los patrocinadores del proyecto.

Considerando con detenimiento todo lo explicado en este capítulo IV hasta aquí, *Sueños de Navidad* ha sido un condicionante de reacciones en todos los tipos de personas, porque dependiendo de cómo sean para cada una de estas, van a generar una respuesta material del televidente. Todo eso responde al planteamiento del problema de hasta qué punto se llega, con la cobertura periodística y elaboración de reportajes, la explotación de dolor humano en los *Sueños de Navidad* correspondientes a diciembre de 2016. Esto porque en cada caso se refleja un discurso lastimero en lo audiovisual y retórico para generar que la gente done.

Las presentaciones de casos cada diciembre, en los últimos cuatro años, han demostrado ser exitosas, en cuanto a la recaudación de ayudas para diez familias cada año, pero a costa de

mostrar en detalle el dolor humano y la pobreza a los televidentes en las ediciones de Telenoticias. Esto se ha seguido realizando por parte de Televisora de Costa Rica en colaboración con el Club de Leones cada año con casos diferentes demostrando muy buenos resultados.

En principio *Sueños de Navidad*, en los últimos años ya ha arrastrado una serie de críticas por la manera en que se realizan los reportajes, por lo cual otra conclusión es que el método que se utiliza en Canal 7 para cubrir contenidos de temática social y país debe cambiar, no sólo para este producto sino para otras cosas también, que se abarque una visión que se integre en todos los entornos periodísticos con los cuales se vaya a trabajar

Buscar un cambio drástico de *Sueños de Navidad* es muy difícil, debido a que esta tiene una estructura bastante consolidada con el paso de los años, que ya se conoce y en la que tiene que ver propiamente el Club de Leones. Además, debido a las diferencias de criterios que pueden existir entre los encargados de producción cabe una posibilidad mínima de que, en el caso de que se siga realizando *Sueños de Navidad*, implementarle cambios mínimos que se apliquen gradualmente año con año.

La percepción y criterios que se tengan acerca de *Sueños de Navidad* dependerán del tiempo y espacio en el que una persona se desarrolle. En el año de este proyecto prevalece una época donde predomina la insensibilidad de la gente hacia los problemas de los demás. Los jóvenes con los que se trabajó los grupos focales pertenecen de lo que se conoce como “Millenials” que se caracteriza por tener presentes la competitividad, el querer tener bienes materiales y experiencias, además de una tendencia a ser individualista, lo cual propició que se vayan olvidando de ayudar a personas que no tienen una condición de vida como la de ellos.

La respuesta material de las personas va relacionada con la parte de la percepción. Va a depender primero de cómo les hayan impactado respectivamente los casos *Sueños de Navidad* y será en correspondencia con eso como reaccionen. A pesar del consentimiento informado bajo el cual las familias aceptan salir en cámaras, con la cobertura periodística y elaboración de reportajes, se mostraron detalles del dolor humano y la pobreza en el cual viven.

Los encargados de *Sueños de Navidad* han seguido el método que abarca desde la selección de casos hasta la presentación discursiva y audiovisual de estos para cada edición. porque con este se ha logrado ser efectivo para convencer a las personas, en una época como la

navidad en la cual los casos salen a la luz, cosa que se ha visto año con año y por eso se sigue utilizando. Aquí se comprueba que la fórmula que se ha aplicado en Canal 7 ha funcionado en pro de recolectar donaciones y otras formas de apoyo.

A pesar de todo lo mencionado, se debe resaltar la labor que en Canal 7 se ha tenido con *Sueños de Navidad* 2016. Esto en cuanto a lo que ha sido las ayudas que se le ha brindado a cada una de las 10 familias, ya que cada reportaje siempre es elaborado con la consigna de contribuir con ayudas materiales a las personas de manera solidaria con motivo de la época navideña.

Sin embargo, se debieron señalar aspectos para que, en el dado caso de que se siga realizando *Sueños de Navidad*, se implementen las mejoras al respecto en procura de no recaer en aspectos debatidos en el capítulo IV, como la concepción de re victimizar a las personas y que el discurso en los reportajes tienda a acentuar las condiciones de pobreza de las familias. La propuesta que se aprecia en el capítulo siguiente se constituye de cierta manera en ayuda y servicio a las personas, que se realiza de manera diferente a la serie de reportajes, y de una manera más continua (no en cada mes de diciembre) y contextualizada en tiempo y espacio.

En cuanto a la gestión de insumos periodísticos para cada reportaje, como se realizaron pensando en llegarle a tocar el corazón a la gente en una época como lo es la Navidad, se procuró mostrar las facetas del dolor humano para lograrlo. Algo que se ha aplicado no sólo para el 2016 sino para años anteriores.

También se cumplió la proyección que había de demostrar el uso de la porno pobreza en la serie de reportajes, cuestión que se logró apreciar en forma detallada. Esta técnica demostró ser una “receta” que ha funcionado para la época en la que se vive, donde hay que patentizar la pobreza y vulnerabilidad para que terceros hagan algo al respecto porque vivimos en la cultura donde, como señala Vargas, M (1998) hay un predominio de las imágenes sobre las ideas, o sea, ya no es suficiente con sólo narrarle, se muestra con imágenes (p.19).

Un detalle que se debe mencionar es el tema de qué tanto deben mostrarse las facetas de pobreza y dolor humano en coberturas periodísticas. La conclusión es que no hay una regla que determine de forma estricta cómo debe hacerse y además que el nivel de muestra de esas cuestiones es muy subjetivo, acorde al periodista que le realice. Señaló Alely Pinto que ese es un tema que no está resuelto. O sea, que aquí se mostrará según el parecer de quien estructura los

detalles, las condiciones de vulnerabilidad y dolor humano según crea sea conveniente sin haber una norma definitiva y estándar para eso en el periodismo.

### **Recomendaciones**

Todo lo visto en las conclusiones, se procede a brindar diferentes recomendaciones que, sin ir directamente ligadas a Sueños de Navidad, ayudarán para actividades similares que se vayan a realizar con el fin de que se generen contenidos de calidad y dignificantes para las personas. A pesar de la buena fe que no se le cuestiona *Sueños de Navidad*, se considera pertinente hacer recomendaciones que le posibilitarán al canal hacer coberturas efectivas y eficaces acerca de temas de índole social.

Lo primero es elaborar un producto periodístico que sustituya la serie de reportajes en el cual se aborden temas de índole social como la pobreza y demás, de manera tal que no se limite a presentar 10 casos sólo en diciembre, sino que sea cada cierto tiempo durante los años. Y que tenga a los ciudadanos como eje de la agenda de ese programa.

Lo mencionado, se constituye en la antesala de la propuesta que se ve en el siguiente capítulo, cuya finalidad es, conservando las buenas intenciones de *Sueños de Navidad*, crear un programa que propicie la participación de los ciudadanos y también de personas en condiciones de pobreza con el fin de empoderarles y que se les mejore su condición durante el año, que no tenga que ser sólo en la época navideña.

Indudablemente, un formato televisivo como el expuesto en este Proyecto de Graduación debe tener cambios, en pro de que los resultados que produzca a raíz de investigaciones como esta, sean diferentes y considerando que realmente se pueden tener ayudas por parte de la gente sin necesidad de ser tan explícito de mostrar la pobreza y dolor humano. Entonces, el nuevo producto, rescatando las cosas que llevaron a *Sueños de Navidad* al éxito, se va a elaborar siendo exactamente diferente a la serie de reportajes.

Es necesaria una formación y concientización en todos los periodistas del Canal acerca de la cobertura de hechos de índole social, desde un enfoque más humanista y que no hiera la dignidad de las personas ni se les mancille la imagen de cada una. Esto para evitar que se sigan haciendo las prácticas audiovisuales de *Sueños de Navidad* que han sido analizadas y que se ha visto que provocan críticas. Además, con el fin de que haya una concientización a la hora de

informar a las audiencias acerca de este tema, de manera que las informaciones sean equilibradas y cumplan con las reglas periodísticas.

Además de la propuesta de un producto diferente a la presentación de casos de pobreza, se recomienda facilitar canales de comunicación entre los ciudadanos y las personas encargadas de instituciones públicas y privadas para que la brecha que ha habido entre estas se vaya mitigando y haya una comunicación efectiva. Los primeros se verán beneficiados ya que sus criterios o problemas estarán siendo atendidos, y los segundos se realimentan con estos.

Es necesario, de la mano con la recomendación anterior, reconsiderar la forma en que se dan a conocer informaciones acerca de las personas y hacerlo de una manera más equilibrada y desde la óptica del Periodismo Social. Esto no solamente para el producto que se ve en la propuesta, sino para todas las coberturas periodísticas y de otro tipo que se hagan.

No se debe dejar de lado el espíritu altruista de Televisora de Costa Rica en cuanto a lo que respecta ayudar a todo tipo de personas. Eso es indiscutible, entonces que se sigan brindando ayudas materiales a las demás personas, no como se ha ido realizando con *Sueños de Navidad*, sino de una manera que se adecue a las consignas y esencia de las nuevas formas de hacer las cosas desde el Periodismo Social, tomando en cuenta todo lo que hay presente en esta investigación.

En vista de que, para las personas, como se vio en el capítulo anterior, *Sueños de Navidad* ha representado algo que estructuralmente conocen, acerca de cómo son los reportajes, y hasta cierto punto ya están condicionados a reaccionar de una manera; es recomendable variar la locución, musicalización, tomas de apoyo y también utilizar recursos retóricos que proyecten a las personas no como el “pobrecito” sino que, a pesar de sus necesidades, acentuarles ese espíritu de lucha para salir adelante y dignificarles.

Esta recomendación siguiente es para todo lo periodístico que se realice. La pobreza y el dolor humano si bien es cierto no se puede tapar así no más, es necesario que se muestre apenas lo necesario para que la gente entienda, sin que sea en todo su esplendor. Además, conocer detalladamente las cosas circunstanciales de las situaciones de pobreza no sólo lo recabado, sino estudiarla más a profundidad, tratando de contextualizar en tiempo y espacio el porqué esa familia está así, entre otros.

Con respecto del cómo se realizó esta investigación se recomienda que para otros trabajos haya una diversificación de criterios y procesamiento de resultados variados, ya que eso posibilita una visión más amplia y enriquecedora de todo lo relacionado con el tema en cuestión. Además de que, la temática por investigar sea manejable por el investigador y que este tenga un talento natural para trabajarlo.

Asimismo, debe tomarse en consideración las posibles limitantes previas que haya para futuras trabajos de una índole como el de este Proyecto de Graduación. Esto debido a que la manera en cómo se estudiarán las variables o unidades de análisis y el tiempo en el que desarrollen la aplicación de instrumentos de medición pueden afectar la calidad de los resultados finales de la investigación.

## CAPITULO VI: PROPUESTA

En este capítulo se procede a la redacción de una propuesta de un producto periodístico para que se realice en sustitución de *Sueños de Navidad*. La esencia y constitución de este es el ciudadano como eje central de la agenda constituida propiamente para este programa. Aquí las informaciones, los debates y todas las demás cosas que se realicen tendrán a las personas costarricenses como su prioridad, en el sentido de que estas saldrán brindando criterios argumentados y se les muestre empoderados.

Es importante la creación de esta propuesta para Teletica Canal 7, el cual tiene el eslogan “siempre con usted” y qué mejor manera de que eso se cumpla con creces que otorgando la oportunidad de ser un facilitador entre el medio de comunicación y las personas, y que estas tengan un protagonismo a la hora de abordar temas y no solamente aparecer a ratos.

Actualmente, Canal 7 no cuenta con un programa en el que se realice Periodismo Público de acuerdo a lo visto en la teoría. Se aprecia que los ciudadanos no constituyen la esencia principal de las informaciones noticiosas, como indicó Sartori (1998) citado por Miralles (2001): “En la noticia los ciudadanos rara vez salen como protagonistas y en su lugar se convierte al poder en espectáculo, en algo para ser observado como una realidad distante cuyas funciones competen a otros” (p.24).

Con esta propuesta, se busca que Canal 7 les brinde una mayor participación ciudadana a las personas procurando así que diversos sectores de la sociedad en todo el país puedan dar a conocer sus criterios acerca de ciertos temas. Cabe señalar, que, dentro de la teoría del Periodismo Público, el ciudadano no debe aparecer como quejoso ni como víctima, sino en plena capacidad de pensamiento y empoderado ante las situaciones que enfrente.

El jefe de información junto con varios periodistas que se reúnen en una sala para decidir qué temas se constituyen en noticias y saldrán publicadas y cuáles no. O sea son pocas personas quienes deciden qué del montón de cosas en un país saldrán en televisión. Como menciona Miralles (2010) hay una exclusión porque se deja por fuera una gran cantidad de hechos que suceden. “Siempre tenemos la sensación de que se publican las mismas noticias, con casi los mismos protagonistas y, por ello, los contenidos periodísticos se han vuelto tan predecibles” (Miralles, p. 55).

De hecho, la mayor parte de la agenda informativa está compuesta por las fuentes oficiales, a las cuales se les da protagonismo y son la esencia de las noticias, y las pocas veces que aparecen ciudadanos en cámaras es cuando se les consulta acerca de cuestiones como la gasolina. De hecho, eso no es en lo absoluto Periodismo Público, porque de acuerdo con Miralles en Periodismo Público y Agenda Ciudadana, solamente se obtienen respuestas concretas y no opiniones enriquecedoras bajo las cuales se puedan hacer espacios de debate público.

Un ejemplo de contenidos de la agenda noticiosa que se pueden esperar, son los temas de conferencias de prensa del Ministerio de Seguridad Pública, aumento o disminución del precio de la gasolina, cosas relacionadas con la Caja Costarricense de Seguro Social. Pero todo esto se enfoca desde la óptica de los periodistas propiamente y no se hace teniendo los intereses y necesidades de la ciudadanía como esencia y eje principal, el programa busca ir realizando debate y contenidos audiovisuales en donde se tome realmente en cuenta los criterios de las personas.

De hecho, si se compara al noticiero Telenoticias de Teletica con otros medios de comunicación en el país, se cae en cuenta que hablan de los mismos temas, y que en su agenda noticiosa figuran las fuentes oficiales como sus protagonistas. Esto más bien beneficia a las instituciones del Estado y a quienes más aparecen en los medios, porque tienen más exposición y eso les genera eventualmente más ganancias por tener presencia a los diferentes públicos. Menciona Miralles (2010):

Cuando se mira lo que hace la competencia, los medios de referencia acaban informando sobre lo mismo, con el mismo orden de importancia y con las mismas fuentes informativas. Es fácil imaginarse a los portadores del poder frotándose las manos por este máximo logro en las sociedades de masas, ya que los medios les ayudan a imponer una agenda que tiende hacia el consenso (p. 55).

A continuación, se procede a mostrar la ficha técnica del programa. Estos deben tenerse en cuenta para todo lo que se va a realizar y han de cumplirse para los productos audiovisuales que se realicen y los debates, y considerarse en la pre producción como producción de estos.

**Tabla 13: Detalles *La voz de los Ticos***

<b><i>La voz de los Ticos</i></b>	
<b>Descripción del proyecto</b>	Busca darle participación propiamente a la ciudadanía mediante productos audiovisuales y debates
<b>Objetivo</b>	Ser el facilitador para que las personas puedan pronunciarse acerca de temas que les afecten y de esta manera surjan soluciones al respecto
<b>Público objetivo</b>	Las personas costarricenses de 18 años en adelante que tengan la capacidad de pronunciarse con conocimientos de los temas que les afecten
<b>Mensajes clave</b>	Participación ciudadana,
<b>Estilo y tono</b>	Lenguaje sencillo
<b>Tiempo que estará al aire el programa (temporada)</b>	Duración provisional 9 meses La idea es realizarlo una vez cada una o dos semanas
<b>Duración del programa</b>	En las ediciones de Telenoticias 30 minutos Programa independiente 1 hora
<b>Entregas del programa</b>	A pesar de ser para televisión, podrán adaptarse contenidos para las distintas plataformas de Teletica.

En principio *La Voz de los Ticos* se ha pensado para lo que es el periodismo televisivo, pero se contempla la opción de que los contenidos que esta publique, se adapten a otras plataformas que tiene el Canal, como la parte web [www.teletica.com](http://www.teletica.com), para que todas las personas puedan ver de lo que se trata, y adaptar también todo lo que son debates y producciones audiovisuales.

### **Desarrollo**

La idea es que con base en todo lo que se ve en esta investigación se logre crear un programa que promueva verdaderamente la participación ciudadana desde los conceptos de Periodismo Social y esencialmente de Periodismo Público. Este programa lo que buscará es el empoderamiento de las personas y darle voz y voto a todos aquellos, quienes sean propositivos y que se note que tienen criterios bien argumentados, para que tengan parte activa en las discusiones acerca de temas de índole social y que afectan a todos los costarricenses.

En este tema de mostrar a los ciudadanos ante el ojo público hay que hacer varias aclaraciones. En este programa se evitará hacer lo que se ha visto en algunos noticieros nacionales de poner personas quejasas o de estarles mostrando como víctimas, ya que de hecho eso no es Periodismo Público. Tampoco se puede integrar a cualquier persona sólo por el hecho

de ser ciudadano costarricense, porque se corre el riesgo de que no conozca con detalle sobre el tema que se esté debatiendo en ese momento.

Todo lo anterior implica que los encargados de producción y periodistas, se fijen meticulosamente en quiénes serán los panelistas de un debate acorde al tema sobre el que se vaya a debatir.

Debe tenerse en consideración que las informaciones brindadas por las fuentes oficiales y todo lo periodístico que gire en torno a estas, es muy útil para construir una agenda noticiosa que posibilite una realimentación e interacción entre el periodista y el ciudadano. Aquí lo que se trata es cómo ahondar y ubicar la información desde un enfoque ciudadano en el entendido de que se adecue a este, que se aborde el contenido acorde a las necesidades de la gente y no desde el punto de vista de las fuentes oficiales.

Se debe también tomar en cuenta que se debe, por parte de los periodistas y equipo encargado, hacer estudios minuciosos de determinadas cosas que competen a un tema, así como entenderlas y manejarlas por sí mismas, ya que en el dado caso que una persona no lo llegue a entender con mucho detalle se le pueda explicar lo que no entiende y procurando involucrarle en el tema que le interesa y hacerlo de forma efectiva y motivante para él.

Este programa debe representar una contribución con la sociedad costarricense en el sentido de que se le brindará ese puente para debatir acerca de temas de interés público que afectan de alguna manera los intereses sociales y económicos del país. Esto, a su vez, propiciará una mejora en la toma de decisiones de las instituciones y empresas del país, en pro de mejorar la calidad de vida de las personas.

También este programa buscará ayudar, en la medida de lo posible, a las personas que así lo requieran, y que sea cada cierto tiempo durante los años (provisionalmente un mes) para que no se convierta en algo que sólo se hace “de momento” sino que exteriorice la responsabilidad del periodismo de contribuir con la realimentación y mejora de la sociedad de la manera más equilibrada y responsable que se pueda.

### **Logística del programa**

El programa se llamará *La voz de los ticos*, en semejanza al programa colombiano de Periodismo Público *Voces ciudadanas*, que se realizará los años siguientes y se convierta en el sustituto de *Sueños de Navidad*, debido a las críticas que este tiene y porque se considera se puede ayudar más efectivamente a las personas cada vez dentro de un año y no solamente en diciembre.

El programa *Sueños de Navidad*, que cada año ha ayudado a diez familias no ha significado mayor solución a los temas de la pobreza y desigualdad en Costa Rica, porque se ha concentrado en diez casos específicos y no los abordó como una situación que está extendida en el país. Con *La voz de los ticos*, se buscará no solamente abordar esas problemáticas sino también hacerlo de una manera en la que no se exponga explícitamente las situaciones de pobreza y por cuestiones de forma de abordaje, que no sean las personas excluidas las que hablen de su situación de vida como se apreciará más adelante.

Se busca que el producto sea parte de las ediciones de Telenoticias, para que tenga mucha mayor exposición, que la gente vea de qué se trata y que tiene la oportunidad de dar a conocer los inconvenientes que le afecten, con el fin de que se familiarice con eso y se motive a participar o informe al respecto a comunidades organizadas para que participen.

La consigna con este programa es propiamente reducir la brecha entre los ciudadanos y las instituciones con el fin de lograr una mayor comunicación entre estas. De esta manera se posibilita una realimentación que permita lograr una efectiva y adecuada toma de decisiones que permitan un flujo óptimo y eficaz de desarrollo en determinadas regiones.

En el caso de las situaciones que abordan las temáticas de pobreza y exclusión social, *La voz de los ticos* los facilitadores deberán manejar todo lo que respecta a estas con cautela y profesionalismo. Esto con el fin de que se le pueda brindar una cobertura equilibrada a los casos de las familias que enfrentan estos temas, ya que son delicados y se requiere que sean tratados con cuidado en pro de no mostrar un discurso lastimero en el cual los miembros de las familias sean meros sujetos de caridad.

### **Presentación del producto**

*La Voz de los Ticos* es el nombre elegido para este proyecto que reemplace a la serie de reportajes *Sueños de Navidad*. Es un proyecto que busca el empoderamiento de todas las personas costarricenses y en la medida de lo posible, que se gestionen y brinden ayudas en caso de ser necesario, sin que tenga que ser sólo durante un mes y sólo abordando un pequeño sector de la población.

Se eligió ese nombre por varias razones. Que sea un nombre atractivo y que cale en la población, y se pueda grabar en la mente de los costarricenses. Además, hay que recordar que en el Canal este año se ha promovido el “Yo soy Tico” entonces para sacar provecho de eso y utilizar el término “tico” en plural para que haya familiaridad en el Canal.

La idea del proyecto es que sea útil y efectivo durante varios meses de un año, en el cual a través de los debates y audiovisuales que se proyecten, se promuevan políticas que beneficien el desarrollo económico social y otros, de cada uno de los costarricenses, y que haya un abordaje diferente de problemáticas de índole social que hace *Sueños de Navidad*, como lo son la pobreza, la exclusión y vulnerabilidad social de las personas con dificultades de salud.

En el caso de la pobreza, este proyecto busca diferenciarse de *Sueños de Navidad* en la forma en cómo se dan a conocer los casos, siempre buscando ayudar a los demás. Esto sin dejar de lado el espíritu altruista que ha caracterizado al primero, pero ya no como se hacía en la serie de reportajes. Siempre buscando contribuir a la mejora de la situación de vida de alguna familia.

Este producto periodístico se contempla se realice cada cierto tiempo con el fin de que todo lo que se vaya a presentar esté debidamente fundamentado y las personas que participen sean las más indicadas y finalmente se logre influir para beneficio de estas y de instituciones que le rodean, la toma correcta de decisiones que posibilite mejorar en varios aspectos de los que se vaya a hablar.

### **Elementos claves del producto**

*La Voz de los Ticos* se compondrá de diferentes elementos que enriquezcan el debate público y la adaptación del conocimiento de los hechos noticiosos de una manera muy entendible para la ciudadanía. Esto abarcará los diferentes géneros periodísticos en los cuales el periodista

encargado mostrará los planos, locución, inserciones de entrevistas acorde a los principios que contiene esta propuesta. A continuación, se presenta una tabla con los detalles que constará este producto

**Tabla 14: Ficha Técnica La Voz de los Ticos**

<b>La Voz de los Ticos</b>	
<b>Detalle del producto</b>	Especificación
<b>Géneros periodísticos</b>	Crónica, nota televisiva, reportaje, Entrevista a profundidad.
<b>Tiempo</b>	Reportaje: Máximo 7 minutos Nota: Un minuto con treinta segundos Crónica: Máximo 7 minutos
<b>Uso de planos</b>	Plano medio Primer plano Plano detalle Plano general
<b>Tipo de entrevistados (perfil)</b>	Deben sonar conocedores de la problemática y que sean propositivos, evitando a las personas que son meramente quejosas
<b>Forma de abordar los hechos</b>	No se apelará al reporterismo clásico de averiguar que pasó, sino que con documentación y conocimiento previos se plantearán las preguntas e incluso el tipo de tomas visuales que se harán.

Nota: Elaboración propia.

Ha de cuidarse la manera en cómo se van a realizar las tomas de apoyo que sirvan para nutrir cada contenido audiovisual realizado para el programa, de manera tal que sea a través de estos que se logre proyectar la esencia que tiene este producto, y que hasta aquí ya se ha visto. Como se puede apreciar en el capítulo cuatro de este trabajo, los planos por sí mismos tienen un significado que la gente de alguna manera va a captar. Entonces se recomienda evitar los contrapicados y planos y detalles en los cuales las personas salgan en situaciones que le puedan comprometer.

### **Valores generales de la propuesta**

Los valores que se mencionan a continuación deben ser el pilar de la realización de *La voz de los ticos* y, mostrarse no sólo por parte del equipo encargado, sino de quienes participen en el producto audiovisual y en los debates, en el entendido de que los practiquen en su interacción con las personas a la hora de elaborar los insumos anteriores. Esto para que sean percibido por los consumidores del programa. Es vital que los facilitadores y los periodistas los practiquen y

también que los reflejen en todo lo que se realice en el programa, en procura de empoderar a la ciudadanía

**Empatía.** Tener una conexión comprensible y a tono con las personas con las que se está interactuando, de manera tal que logre ponerse en los zapatos de estas y entender por qué piensan o actúan de tal forma.

**Dignidad.** Procurar el respeto que le debe tener a cada persona por lo que esta es, ya que no es meramente un ser vivo, sino alguien con ideas, sentimientos y que su vida tiene un propósito, Así pues, se trata de preservar su valor como tal y evidenciarlo ante los televidentes.

**Solidaridad.** Es cuando una persona se dispone a ayudar a otra cuando esta lo necesita o cuando tenga menos, de tal manera que ambas puedan, en la medida de lo posible, estar en las mismas condiciones. Esta debe de ir de la mano con otros valores como los mencionados en este apartado.

**Respeto.** Mostrar aceptación por los criterios de las demás personas sin burlarse de estos o ponerlos en descrédito. De acuerdo con La Enciclopedia (2004) también se define como “Obsequio, veneración, acatamiento que se hace a uno” (p. 13000).

**Esfuerzo.** A pesar de las carencias financieras y de vida que pueden estar afrontando las personas, se trata de persistir por lo que se quiere.

**Perseverancia.** Es cuando se hace frente a los obstáculos con tal de tener una mejor calidad de vida. Y se sigue por ese sendero hasta que se logra lo propuesto.

**Responsabilidad.** Es asumir con seriedad el compromiso que se adquirió al fabricar y dar seguimiento a una agenda ciudadana, y cumplirlo cabalmente acorde a los detalles que se estipulen.

### **Principios que rigen el periodismo público para *La Voz de los Ticos***

Como la pretensión del producto propuesto es la de cubrir hechos desde el ciudadano y para el ciudadano, hay que tener una serie de recomendaciones que aplican tanto para el periodista como el equipo técnico encargado. Estos principios deben conocerse y aplicarse con

detalle para lograr una presentación óptima y efectiva de los audiovisuales y reportajes de *La Voz de los Ticos*.

Antes de proceder con los pasos, se debe cumplir estrictamente y con detalle la formación de una agenda ciudadana, que exactamente será diferente a las noticias que se conocen. Esto porque el sistema de trabajo para este programa no debe mezclarse con la manera de abordar los hechos con fines de interés público. Por lo cual, de la mano con el principio anterior, debe construirse una agenda con temas que se procederá a estudiar y comprender con detalle, para lograr la eficacia de propiciar productos audiovisuales y debates que sean muy sustanciosos y a la vez comprensibles.

Es necesario que no solamente se conozca el hecho o problema concreto. Se debe hacer partícipe a los ciudadanos y que estos entiendan el problema para que puedan brindar criterios y aportes argumentados, se debe buscar una profundización de cómo fue que estos sucedieron y buscar una buena base de antecedentes y hechos paralelos que permitan respaldar todo lo que implicó que sucedieran.

Además, deben estudiarse con detalle las circunstancias en tiempo y espacio de, respectivamente cada parte de la problemática que se abordó, para poder ahondar de una forma más argumentada y crítica el meollo de los hechos y se facilite brindar posibles soluciones al respecto. Esto para facilitar tanto la cobertura que se haga de estos, que haya una investigación y estudios de fondo y argumentados para hacerle las preguntas necesarias a las personas y de esta manera realizar de forma efectiva y eficaz tanto los debates como los productos audiovisuales.

Si el programa llega a contar con patrocinadores, estos aparecerán sólo lo necesario ya que no es correcto que se estén dando a conocer tanto, cuando el eje central es la ciudadanía. Sin embargo, lo harán en caso en lo que eventualmente estuviesen vinculados con la agenda ciudadana.

Es necesario que, para poder explicar los hechos desde el ciudadano como tema principal, el periodista encargado tenga que estar en contacto con los diferentes tipos de personas y tenga que ir a la calle, a los lugares respectivos, a ver qué es lo que está sucediendo y cómo la gente percibe las cosas de la agenda noticiosa tradicional y otras cosas que no salen publicadas. Esto va

desde dirigentes comunales, incluso personas comunes que suelen verse por la calle, siempre desde la perspectiva de que puede confiar en el proyecto *La voz de los ticos*.

Procurar la utilización de personas que representen instituciones y empresas que se conciben como fuentes oficiales, que siempre se correspondan con la veracidad de los hechos de la agenda ciudadana, sirvan como respaldo de lo que se está informando o debatiendo y que expliquen por qué tales cosas son así. Esto porque los aportes que esas fuentes hagan servirán para tener claras las cosas de cómo es que sucedieron los hechos y buscar posibles propuestas y soluciones para solventarlos. Eso sí, en la medida de lo posible, y que discursivamente muestren su apoyo a la discusión de temas desde el punto de vista ciudadano.

Antes de las entrevistas en cámaras, el equipo encargado debe tener conversaciones previas con las personas para ir definiendo los tópicos que se hablarán para que estas puedan definirlos y explicarlos en la medida que se requiere para que no se incumplan los tiempos estipulados para cada producto audiovisual (crónica, reportaje y demás). Todo esto tiene que ir de la mano con los principios anteriores en procura de que la labor periodística y audiovisual sea correcta y se emitan criterios argumentados y veraces.

Es necesario que todo el lenguaje que se utilice en las producciones audiovisuales, así como en los debates sea accesible y entendible para toda la población. En el caso de utilizar tecnicismos, estos deben explicarse de manera sencilla y fácil de comprender para la audiencia de *La voz de los Ticos*, esto debido a que se pretende que las personas partícipes del programa y los televidentes entiendan las cosas que se están discutiendo.

### **Enfoque general de la elaboración de la agenda ciudadana**

El programa *La voz de los ticos*, está pensado para diferenciarse exactamente del periodismo tradicional en cómo se manejan los distintos elementos que componen la noticia, no desde la óptica tradicional, sino que todos estén en correspondencia con la perspectiva principal de la ciudadanía. A diferencia del Periodismo Tradicional, en el que unos cuantos designan los hechos por cubrir, aquí se necesitará salir a la calle, hacer las indagaciones e investigaciones necesarias previo a la elaboración de la agenda ciudadana que compondrán *La Voz de los Ticos*.

La tabla que sigue es la que elaboró Miralles (2001) en su libro *Periodismo, Opinión Pública y Agenda Ciudadana* (p. 51) que servirá para entender cómo es que se tienen que abordar

y contar las problemáticas de índole social. En esta, se concibe el periodismo tradicional como el conjunto de actividades que se conocen habitualmente para informar a la gente sobre eventos que se consideran de interés público y que componen una *agenda setting*, para contraponerlo específicamente con el Periodismo Público que se pretende implementar en el programa.

**Tabla 15: Seis W de acuerdo con Ana María Miralles**

<b>Periodismo Tradicional</b>	<b>Periodismo Público</b>
<b>¿Qué pasó?</b>	¿Qué significa el hecho? ¿Qué consecuencias tiene? ¿Qué valores intervienen? ¿Qué tal si...? (qué tal si consideramos otro ángulo, qué tal si preguntamos cuál es la solución, qué tal si...)
<b>¿Quién hace la noticia?</b>	¿Quiénes son los afectados?
<b>¿Quiénes son los protagonistas?</b>	¿Quiénes están involucrados? ¿Quiénes no han hablado aún?
<b>¿Cuándo sucedió?</b>	¿Cuándo comenzó esta historia? ¿Cuándo afectará a los ciudadanos? ¿Cuándo serán las cosas diferentes?
<b>¿Dónde sucedió?</b>	¿Dónde está el interés común? ¿Dónde tendrá esto el más grande impacto? ¿Dónde están las diferencias y los puntos en común? ¿Dónde está el punto de entrada?
<b>¿Por qué sucedió?</b>	¿Por qué está pasando esto? ¿Por qué ahora? ¿Por qué la ciudadanía debería ocuparse de esto?
<b>¿Cómo sucedieron las cosas</b>	¿Cómo podría esto cambiar la calidad de vida de la gente? ¿Cómo podría ser esto diferente? ¿Cómo están cambiando las cosas?

(Nota: Miralles, 2010, p. 51).

Como se puede apreciar, las clásicas 6 W logran adaptarse al Periodismo Público, para construir las informaciones de la agenda ciudadana de manera eficaz. Además, estas deben adaptarse a los intereses propios de la ciudadanía; ir más allá del hecho noticioso, buscando la contextualización y sentido de cómo los entienden las personas y, que se tenga influencia e incluso aplicabilidad para beneficio de quienes salen en *La voz de los Ticos*. No es solamente presentar la parte superficial, sino es que se conozca el contexto de la noticia, las partes que la componen y de esta manera profundizar.

El programa no deberá constituirse en algo que aborde los hechos de interés ciudadano en cuanto estos se den a conocer, ya que justamente se busca que las personas entiendan cabalmente cómo les beneficia o perjudica ciertos temas de interés. Para esto es necesario que, con el

suficiente tiempo de antelación para presentar el programa, se tenga bien estudiado y contextualizado los hechos, tanto para efectos de la pre producción, producción y post producción, como los que se vayan a discutir.

En el caso de que los facilitadores provengan del periodismo tradicional, ellos deberán tener una capacitación acerca de elaborar contenidos que están desde y para los ciudadanos, porque la idea con *La Voz de los Ticos* es desligarse de la manera clásica de construir una agenda, que señalaba Miralles (2010), en la que un grupo reducido de personas deciden qué del montón de cosas que acontecen se le dará cobertura. Además, lo hacen en lo que ellos consideran de interés público, lo que consideran le interesa a la gente, y no lo que al ciudadano propiamente le interesa. Para lograr saber lo anterior, debe cumplirse todo lo señalado hasta esta parte de la propuesta.

### **Principios para la cobertura de casos de pobreza**

Varias de las temáticas que se abordarán como una problemática general son la pobreza y la desigualdad. Es necesario incluir la explicación de las cosas de este apartado ya que se deben tener en consideración los siguientes elementos. Todos van interconectados entre sí, ya que la idea es informar acerca de los casos, así como empoderarles y dignificarles. Es evidente que con todo lo ya tratado en los capítulos previos de este Proyecto de Graduación, hay que hacer prácticas para que lo ya analizado no vuelva a suceder.

Cada persona que vaya a aparecer en la producción audiovisual debe firmar el consentimiento expreso de que su imagen y sus casas saldrán en el programa. Es muy importante hacer tomas de apoyo en las cuales se vean las condiciones generales de las casas, evitando ser muy detallista con aspectos propios de estas.

Antes de proceder con las entrevistas, es primordial lograr la empatía con los miembros de cada familia, para que cuenten con detalles aspectos de su vida, que se procurará sean cosas positivas.

A la hora de entrevistar a una persona en cámara, es probable que cuando esté hablando empiece a lagrimear y a expresarse de forma triste y llorosa. Si esto sucede es mejor detener la grabación y retomar la entrevista cuando la persona esté calmada y bien, para que la grabación anterior no salga al aire.

Utilizar planos cerrados solamente cuando se vayan a hacer tomas de las labores que a las familias les sienta bien y que son parte de su vida cotidiana. Aún así, se recomienda ser sutil en cuanto a las imágenes con el fin de no evidenciar explícitamente aspectos de las condiciones de pobreza.

De la mano con la recomendación anterior, se sugiere evitar la prolongación de tomas en donde se evidencian las enfermedades o dificultades físicas, ya que con sólo una y de corta duración será suficiente.

Es necesario contextualizar el caso en un tiempo y espacio acorde a la situación de pobreza del país en ese momento. Esto con el fin de no caer en la individualización de cada uno de los casos

Una manera diferente de realizar los reportajes es aquella donde predomine la parte testimonial de las personas que salen en cada uno de estos. Siempre, para esto se necesitará el hilo conductor del periodista en turno y, abogar para que el discurso más predominante y esencial de cada caso sea el de las personas contando cosas positivas.

Retomando la pauta anterior, se procurará que los entrevistados cuenten el lado positivo de su vida, para poder acentuar el espíritu de lucha y de esfuerzo por salir adelante, y si eventualmente cuentan sus infortunios o tragedias, procurar que se obtenga lo necesario para ponerlo en las entrevistas.

Examinar con detalle las locaciones presentes en la casa y otros lugares donde se vayan a hacer grabaciones. Esto para evitar el uso de los lugares en los que se proyecte la pobreza detalladamente y elegir los más adecuados para realizar las grabaciones, tanto de las tomas de apoyo como de quienes saldrán en las imágenes.

Evitar el uso de luces que hacen que el fondo del lugar donde están las personas se vea oscuro, para efectos de no proyectar tanto la situación de pobreza.

Buscar la explicación de los hechos de pobreza a través de fuentes capacitadas para hablar de los temas de pobreza y exclusión social, como el Instituto Nacional de Estadística y Censos, esto para explicar y contextualizar la situación de cada familia y entender cada caso en función de que este tiene vinculación con problemáticas y circunstancias en momentos determinados.

### **Elaboración de los casos en formato audiovisual**

Hay que tomar en consideración que todo lo que se realice en la parte de cobertura periodística debe complementarse con una adecuada y equilibrada edición de los datos recolectados. A continuación, las pautas al respecto.

Debe ponerse una musicalización que proyecte empoderamiento y motivación, y, en los casos de pobreza y exclusión social, evitar las piezas musicales que evoquen lástima y tristeza, ya que, como indicó Chinchilla (2015) cuando se hace eso con los casos de pobreza más bien se le va a generar sentimientos de tristeza a quienes lo ven.

Evitar el discurso en donde predomine una narración descriptiva de todas las dificultades de la familia. Si bien es cierto, la condición de pobreza de la familia va a seguir ahí, aunque se trate de “maquillar” y que de todas formas se mostrará en el reportaje, contar sólo lo esencial que sirva como base para la historia de la situación de la familia.

Aunque el dolor humano y la tristeza están presentes de algunos modos en un caso, es recomendable, como en la pauta anterior, mencionar apenas ese tema, sin narrarlo detalladamente. Sin ahondar mucho en eso, mostrar apenas lo necesario para entender las situaciones por las que pasan las personas.

Evitar el uso de filtros y otros elementos que sirvan para acentuar la situación de la familia, y en cambio buscar el mejoramiento de la iluminación no sólo en las tomas de apoyo, sino también en las grabaciones de las entrevistas.

### **Realización de los debates**

Una parte importante que contiene la propuesta es la realización de los debates que estén relacionado con los diferentes temas una vez seleccionados los hechos de la agenda ciudadana. Para esto se debe seguir una serie de pautas en pro de que la ciudadanía les pueda sacar provecho y se llegue a los resultados esperados.

En primer lugar, se debe seleccionar a los ciudadanos más indicados para la realización de estos, debido a que eventualmente hay quienes se limitan sólo a quejarse, pero no tienen criterios propositivos para la solución de los asuntos. Para hacer la selección de los participantes

debe hablarse previamente con varias de las personas afectadas o involucradas con un tema en cuestión.

Los debates contarán con un facilitador que sea el que facilite la conducción de un determinado tema en pro de los intereses ciudadanos y que las fuentes oficiales que lleguen a colaborar respondan a eso. Se les pedirá previamente a las personas que participen que hayan hecho un estudio minucioso y detallado del tema, de cómo es que esto es percibido por los ciudadanos, pero siempre se tomará en consideración la postura propia de la fuente en cómo las cuestiones del tema son percibidas por esta.

Contrario a lo que se podría pensar, es recomendable que se proyecten disensos en cada uno, y que esto aplique también para los productos audiovisuales previos, ya que esto permite obtener diferentes criterios de los participantes de ambas cosas, y obtener una visión más enriquecedora de cómo fue que acontecieron las cosas, en procura de que se obtengan los criterios que permiten aclarar por qué sucedieron de tal manera.

Para efectos de poner los contenidos de los debates en las diferentes plataformas de Teletica, se recomienda tener a cargo un periodista que se encargue de redactar lo esencial de cada uno para radio, televisión y para el sitio web [www.teletica.com](http://www.teletica.com). Esto con el fin de que haya una adaptabilidad y no sea solamente reproducir lo dicho en televisión con la misma estructura en cada una de estas.

Es importante la preparación previa y ojalá exhaustiva de cada uno de los participantes con estudios debidamente documentados y de ser posible contextualizados en hecho y espacio, ya que es necesario que las problemáticas expuestas además de tener una explicación detallada y contextualizados en determinadas circunstancias que además de tener al ciudadano como eje y protagonista, posibilite se puedan brindar soluciones y propuestas realmente efectivas y eficaces para que los participantes puedan salir beneficiados.

### **Consideraciones finales**

Es importante que se tomen en cuenta diferentes consignas para la realización de *La voz de los Ticos*. La finalidad es que se pueda ofrecer un producto periodístico de calidad y que todo lo que se realice sea en pro de las personas, tanto los ciudadanos como las fuentes oficiales que puedan estar involucradas en respectivos acontecimientos que integran la agenda ciudadana.

Que los periodistas tengan presente que, el centro y la esencia de *La voz de los Ticos* son las personas, los ciudadanos, quienes tienen determinados intereses y circunstancias relacionadas con sus vidas. Aquí se considera la frase de Tomás Eloy Martínez mencionada por Frías (2014) que de hecho dice la esencia de la consigna aquí mencionada. “Ser periodista significa ponerse en el lugar del otro, comprender lo otro. Y, a veces, también ser otro.” (p.2).

El programa no significa que los facilitadores, equipo técnico y demás participantes lleguen a aprovecharse de eso para beneficio propio. Eventualmente, si se llega a contar con patrocinadores, se podrá permitirles su ayuda, pero no tener “amiguismo” con estas”, ‘para que estas no se aprovechen de los periodistas y facilitadores y además lleguen a manipularles posteriormente. Por eso se debe procurar el bien común para las partes que participen en los productos audiovisuales y los debates.

Los participantes deben entender que el programa está diseñado para ellos y que va a representar el puente por el cual ellos puedan expresarse y dar sus opiniones y respuestas. Esto para que quede constancia de que no es un programa el cual pueda usarse para fines serviles o incluso que pueda considerarse “glamoroso” para los participantes y facilitadores.

Frías (2014) realizó una propuesta de comunicación para lo que es la cobertura de la pobreza infantil. Dentro de los pasos que brindó para hacerlo a continuación se mencionan dos que pueden adaptarse a *La Voz de los Ticos*.

Para hacer entendible los datos contextualizados y cuantificados se podrá utilizar infográficos de ser necesario para que la información sea más asimilable tanto para los participantes de *La Voz de los Ticos* como para quienes lo consumen. (p.147). Esto permitirá que los contenidos que se presenten bajo esta forma se vean bonitos y además de fácil captación para la audiencia.

Es recomendable y de hecho debería hacerse promover debates ya sea independientes o propios con la esencia del programa a través de las diferentes redes sociales. Esto con el objetivo de que pueda haber una realimentación para fomentar más tema y enfoque como subtemas e incluso que las opiniones y criterios de los usuarios del internet puedan ser incorporados. (p.151). Además, que las personas se sientan parte de este y contribuyan con criterios acerca de los temas que se debatan y de paso propongan acerca de qué hablar. Eso sí, se aceptarán los temas que se

considere desde una perspectiva ciudadana que sean útiles, manejable y de interés para las personas en pro de empoderarlas y beneficiarlas.

## REFERENCIAS

- Arizmendi, P. (2014). Pensar el dolor, Aproximaciones a una algodicea contemporánea (tesis doctoral). Universitat de Barcelona, España. Recuperado de: [http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/56489/1/PAM\\_TESIS.pdf](http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/56489/1/PAM_TESIS.pdf)
- Bara, P (2001) Estrategias metacognitivas y de aprendizaje: estudio empírico sobre el efecto de la aplicación de un programa metacognitivo, y el dominio de las estrategias de aprendizaje en estudiantes de E.S.O, B.U.P y universidad. Memoria presentada para optar por el grado de doctor. Obtenido el 6 de agosto de 2017 de: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/edu/ucm-t25562.pdf>
- Barrantes, R (2002) Investigación: Un camino al conocimiento. Un enfoque cualitativo y cuantitativo. San José: Editorial UNED.
- Brenes, A. Navarro, P y Román, S (2002) Manual de la Buena Noticia. Recuperado el 16/08/2017 de: <https://es.scribd.com/document/86717858/Manual-de-La-Buena-Noticia>
- Buitrago, V (2015) La representación en el coine: caso colombiano. Recuperado el 17/08/1017 de <https://medium.com/@vivanabuitrago/la-representaci%C3%B3n-en-el-cine-el-caso-colombiano-provisional-9efb6d1081a0>
- Chávez, J. (2008) Tiempo efectivo de salida de la pobreza. Recuperado el 16/08/2017 de: <http://estudioeconomicos.colmex.mx/archivo/EENumeroExtraordinario2009/35-47.pdf>
- Chinchilla, M. (2015). Lenguaje audiovisual como recurso del Periodismo Social. Tesis de Licenciatura en Periodismo Social, Universidad Internacional de las Américas.
- Chomsky, N “s,f”. Diez estrategias de manipulación mediática. Recuperado el 17/08/2017 de: <http://revistas.unam.mx/index.php/archipelago/article/view/55996/49683>
- Colegio de Periodistas de Costa Rica. (2012). Código de Ética de los y las Profesionales en Comunicación. Costa Rica. Recuperado el 10/3/2017 de [http://www.colper.or.cr/userfiles/file/juridico/codigos/codigo\\_etica.pdf](http://www.colper.or.cr/userfiles/file/juridico/codigos/codigo_etica.pdf)

Código Civil de Costa Rica (1885). Recuperado el 17/08/2017 de:  
<http://www.cendeisss.sa.cr/etica/codcivil.pdf>

Cruz, C y Fernández, J (2016) Marco conceptual de la ética y la responsabilidad social empresarial: un enfoque antropológico y estratégico. Recuperado el 17/08/2017 de  
<https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/empresa-y-humanismo/article/view/6837/5997>

Fundación CIDOB (2007), Contribuciones de Abdillahi, M, Bañón, A, Casero, A, Delgado, A, Gil, S, Giró, X, Jarque, M, Márquez, E, Olmos, A, Van Dijk, T y Zapata, R. Discursos sobre la inmigración en España. Los medios de comunicación, los parlamentos y las administraciones. Recuperado el 17/08/2017 de:  
<https://www.cidob.org/es/content/download/4883/49652/file>

Fundación para la Superación de la Pobreza, Facultad de Comunicación y Letras Universidad Diego Portales y Hogar de Cristo Pobreza (2005) La Pobreza es Noticia. Recuperado el 5/3/2017 de:  
[http://www.superacionpobreza.cl/wp-content/uploads/2014/01/La\\_pobreza\\_es\\_noticia\\_2005.pdf](http://www.superacionpobreza.cl/wp-content/uploads/2014/01/La_pobreza_es_noticia_2005.pdf)

Frías, M (2014) La pobreza infantil en la prensa. Análisis del tratamiento informativo y propuesta comunicativa para un periodismo más responsable. Recuperado el 05/08/2017 de 2017 de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/6250/1/TFM-N.4.pdf>

García, B. Belda, M. y Ampudia, P. (2006) Periodismo Social. El compromiso de la información [versión PDF] Recuperado el 25/2/2017 de  
<http://www.sinpromi.es/uploads/documentos/publicaciones/e19a0d40db27a1acbf0a7c37064bf592.pdf>

García, G (2007) Sistematización de la normativa vigente en Costa Rica en materia propiedad intelectual. Informe final de Graduación, Universidad de Costa Rica. Recuperado el 17/08/2017 de  
<http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/120809/1028/1/Sistematizacion%20de%20la%20normativa%20vigente%20en%20Costa%20Rica%20en%20materia%20propiedad%20intelectual.pdf>

- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista. P (2014). Metodología de la Investigación, Sexta Edición. México: McGraw-Hill, Interamericana Editores S.A CV. Obtenido el 22/8/2017 de <http://uan.ebooks724.com/catalog/category/55/book/194/>
- Hernández, A. Masis, M y Quesada A (2010) Pobreza, concepciones y formas de mediación en Costa Rica (Fundamentos éticos, políticos, ideológicos y teóricos) Seminario de Graduación para optar por el grado de licenciatura en Trabajo Social, Universidad de Costa Rica.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (2016). Encuesta Nacional de Hogares. Recuperado el 17/08/2017 de: [http://www.inec.go.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/reenaho2016\\_0.pdf](http://www.inec.go.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/reenaho2016_0.pdf)
- Kitzberger, P y Pérez, G. (2008) Los pobres en papel, Las narrativas de la pobreza en la prensa latinoamericana. Buenos Aires, Konrad Adenauer Stiftung. Recuperado el 17/08/2017 de <http://www.kas.de/wf/doc/17528-1442-4-30.pdf>
- Leñero, V y Marín, C (1986). Manual del Periodismo. México: Editorial Grijalbo
- Llobet, L (2006). ¿La función social del periodismo o periodismo social? Obtenido el 17/10/2017. de: [http://clasev.net/v2/pluginfile.php/61700/mod\\_resource/content/1/Funcion%20social%20periodismo.pdf](http://clasev.net/v2/pluginfile.php/61700/mod_resource/content/1/Funcion%20social%20periodismo.pdf)
- Lobo, N. (2008) Estrategia para desarrollar responsabilidad social empresarial con el programa Lazos Solidarios de Instacredit S.A. Tesis de Licenciatura en Periodismo Social, Universidad Internacional de las Américas.
- Martín, M (2009) El lenguaje del cine. España, Gedisa Editorial. Recuperado de: <https://manualesdecine.files.wordpress.com/2010/03/martin-marcel-el-lenguaje-del-cine.pdf>
- Martínez, M (2012) Teoría del Periodismo. Primera edición. Recuperado el 10/3/2017 de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Teoria\\_del\\_periodismo.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Teoria_del_periodismo.pdf).

- Martínez, N (2012) Reseña metodológica de los grupos focales. Recuperado el 17/08/2017 de <http://redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/2063/1/4.%20Resena%20metodologica%20so bre%20los%20grupos%20focales.pdf>
- Martínez, S (2005) Lenguaje audiovisual y manipulación. Recuperado el 03/08/2017 de <http://www.redalyc.org/pdf/158/15825029.pdf>
- Mas, L (2011) Estructura del discurso televisivo. Hacia la teoría de los géneros. Obtenido el Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/971/97122694008/>
- Méndez, M. (2014). Radiografía del periodismo social en Costa Rica. Casos: 7 Días y Revista Dominical. Tesis de Licenciatura en Periodismo Social, Universidad Internacional de las Américas.
- Méndez, M. (2014) Radiografía del Periodismo Social en Costa Rica. Casos 7 Días y Revista Dominical. Tesis de Licenciatura en Periodismo Social. Universidad Internacional de las Américas.
- Meza, A (2007) La Responsabilidad Social Empresarial como factor de competitividad. Recuperado el 13/07/2017 de
- Miralles, A (2001). Periodismo, Opinión Pública y Agenda Ciudadana. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Miralles, A (2010) El Periodismo como Ciencia Social. Revista de Comunicación No.27. Medellín, Colombia. Recuperado el 13/08/2017 de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/6250/5736>
- Monge, C. Rivera, M (2005). Escenarios de la pobreza: convergencias y divergencias, por grupo étnico y género de personas étnicas de los servicios sociales del IMAS, residentes en zonas urbanas del Cantón Central de Cartago. Tesis para optar por el grado de Licenciatura en Trabajo Social, Universidad de Costa Rica.
- Ortells, S (2015) Los magazines de actualidad basados en el infoentretenimiento: nuevos rasgos del lenguaje audiovisual en el periodismo televisivo. (17)

- Saad, A (2011) El sensacionalismo o la inresurrección de las masas. Obtenido el 5/3/2017 de [http://www.razonypalabra.org.mx/varia/N78/1a%20parte/15\\_Saad\\_V78.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/varia/N78/1a%20parte/15_Saad_V78.pdf)
- Sábato, E (1948). *Él Túnel*. Recuperado el 6/08/2017 de <http://letrahispanica.com/blog/wp-content/uploads/2011/05/eltunel.pdf>
- Saborío, A y Zúñiga R. (2006) *Los noticiarios son noticia*. Trabajo de Graduación presentado para optar por al grado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva. Universidad de Costa Rica, Costa Rica.
- Salvat Editores (2004) *La Enciclopedia*. Madrid: España.
- Sánchez, C (2015). *Evaluación del impacto de la educación sobre la pobreza en Costa Rica (Un análisis para educación secundaria y post-secundaria)*. Universidad de Costa Rica. Recuperado el 17/08/2017 de <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/22608/23747>.
- Sartori, G (1997) *Homo Videns, La sociedad teledirigida*. Argentina, Taurus. Recuperado el 2/8/2017 de: [http://centromemoria.gov.co/wp-content/uploads/2013/11/Homo\\_Videns\\_La\\_sociedad\\_teledirigida.pdf](http://centromemoria.gov.co/wp-content/uploads/2013/11/Homo_Videns_La_sociedad_teledirigida.pdf)
- Spicker “s.f.” *Definiciones de pobreza: doce grupos de significados*: Recuperado el 2/8/2017 de: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/clacso/crop/glosario/06spicker.pdf>
- Pindado, J (2005). *Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente*. Recuperado el 17/08/2017 de <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer21-01-pindado.pdf>
- Ulibarri, E (1988) *Periodismo para nuestro tiempo*. Costa Rica. Libro Libre
- UNIAPAC (2009). *Protocolo de Responsabilidad Social Empresarial* Recuperado de: <http://www.fiic.la/FIIC%20Riviera%20Maya/Protocolo%20de%20RSE%202010%20Mexico.pdf>
- Vargas, M (2009) *La Civilización del Espectáculo*. Recuperado el 13/3/2017 de <http://www.letraslibres.com/mexico-espana/la-civilizacion-del-espectaculo>
- Vargas, W (1998) *Me gustan las noticias de sucesos*. San José, Costa Rica.

Televisora de Costa Rica (2016) Serie de reportajes *Sueños de Navidad* 2016. Recuperado el 17/07/2017 de [www.teletica.com/suenos](http://www.teletica.com/suenos) (a partir de diciembre 2017 habrán los de ese año).

Televisora de Costa Rica (2016). Tarifario 2017. (Setiembre 2016 a Octubre 2017). Obtenido el 4/8/17. Recuperado de: <http://www.teletica.com/docs/tarifario.pdf>

Trejo, A. (2015). El discurso de la pobreza en la prensa escrita (tesis doctoral) Universidad de Sevilla, España.

Wolf, M. (1987) La investigación de la comunicación de masas. Argentina: Ediciones Paidós.

## APÉNDICES

Aquí se presenta algunas de las herramientas utilizadas para obtener los datos. Aclarar que el documento sirvió como guía y que no necesariamente se planteó exactamente las preguntas como están ahí. También otros documentos que pueden servir para complementar la investigación.

### Apéndice A

#### Guía general

#### Grupo focalizado

*Análisis del contenido de los reportajes Sueños de Navidad de canal 7 en diciembre de 2016*

**Tipo de estudio:** Cualitativo / teórico fundamentado - fenomenológico

**Instrumento metodológico:** Grupo focalizado en sesión de trabajo presencial

**Institución:** Universidad Internacional de las Américas UIA

**Objetivo:** Identificarla reacción material e inmaterial del público meta en lo que respecta de la efectividad (donativos, ayudas o *rating*).

#### Indicaciones generales:

- a. Sus voces serán grabadas para los efectos académicos conocidos.
- b. Todos han firmado el consentimiento informado.
- c. Todo lo dicho acá será usado exclusivamente para la investigación.
- d. Con solo uno que no desee que se utilice su nombre real, se utilizarán pseudónimos para proteger la identidad de todos.
- e. Uno a uno, deben aceptar verbalmente su anuencia a ser grabados y mencionados.
- f. Para mantener el orden y la coherencia en la grabación, cuando respondan, digan el nombre y seguida la respuesta.

## ETAPA I: INTRODUCCIÓN

### 1. Sueños de Navidad

Comencemos hablando en primera instancia acerca de *Sueños de Navidad*.  
 ¿Han visto *Sueños de Navidad*? ¿Lo han visto con criticidad? ¿Qué les parece?  
 ¿Han donado una o más veces? ¿Estarían dispuestos a ayudar de otras maneras diferentes a las donaciones financieras?

## 2. Introducción

¿Qué sentimientos o emociones han llegado a experimentar cuando han visto uno o más reportajes *Sueños de Navidad?*; a nivel de todos los casos históricamente, ¿cuál recuerdan más?; ¿creen que se explota el dolor humano?; ¿ustedes conciben que la pobreza se limita solo a lo que se evidencia con cada una de las familias? ¿Notan ustedes similitudes entre los casos presentados, para que digan con detalle (a nivel de estructura y discurso)?

Cuándo la periodista Natalia Suárez se pronuncia en cada caso, cómo perciben que ella habla de cada familia ¿da un discurso que provoque lástima y tristeza? Considerando tanto la musicalización, imágenes y locución ¿sienten que los detalles de la pobreza se explotaron mucho? ¿Cuándo empieza cada caso, que sienten con la musicalización que evoca a la tristeza? ¿Qué tanto creen ustedes que se apele a las circunstancias de que es diciembre, que es la familia para evocar en las audiencias las cuestiones de solidaridad y caridad para con *Sueños de Navidad?*

### **EJERCICIO PRÁCTICO: Ver y analizar un reportaje de *Sueños de Navidad***

**(Evaluar la percepción de cada persona tanto mientras ve el caso, al mismo tiempo que lo ve y posteriormente, con base en esto se evaluará la percepción a nivel psicológico de cada persona).**

### **ETAPA II: Análisis de uno de los casos**

¿Qué les pareció? ¿Cómo se sintieron al estar viendo el caso? ¿Cómo se sienten ahora que ya lo vieron? ¿Qué detalles del reportaje los impactaron? ¿Qué piensan de la manera en que la periodista se refirió al caso? ¿Sienten que se explotó el dolor humano? ¿Han donado o querido involucrarse con ayudar uno o más casos en *Sueños de Navidad?* Esto fue transmitido en vísperas de Navidad, si lo hubieran visto ahí ¿hubieran donado? Ahora que lo vieron ¿donarían ahora?

### ETAPA III: Críticas

¿Cómo han sido sus reacciones? ¿Han sentido tristeza después de haber visto uno de los casos? ¿Han llegado incluso a llorar? ¿De verdad creen que es necesario explotar la pobreza en su esplendor para convencer a la gente de que ayude? ¿Ustedes saben si, aparte de los beneficios que obtendrán las familias con las donaciones, las familias se les ha dado un seguimiento acerca de cómo están? ¿Ustedes donaron en diciembre acerca de un caso y volvería a donar para ese mismo caso o no donarían? ¿Sienten que las colaboraciones son sólo de momento, o sea, que no hay un activismo real? ¿Perciben ustedes que *Sueños de Navidad* lejos de ser un activismo real es una manera de generar rating para que el canal quede como “el bueno de la película? Por último ¿sienten que hay explotación de la pobreza y la tristeza con fines mercantiles y de rating? ¿Creen, con base en este caso, que se ha estereotipado a las personas pobres como individuos que susciten caridad?

### ¿Comentarios generales?

De:

---



---

\_\_\_\_\_.

### ETAPA IV: CIERRE

A las \_\_:\_\_ del \_\_ de junio de 2017, cerramos el grupo focal realizado en la Universidad San Judas Tadeo, en su sede en Rohrmoser, con los estudiantes del curso Periodismo Digital.

¡Muchas gracias por su participación!

## Apéndice B

### Entrevistas en profundidad a encargados de la producción de los reportajes *Sueños de Navidad 2016*

Cod.	INTRODUCCIÓN TEMÁTICA AL ENTREVISTADO...	
<b>X</b>	<b>Perfil del entrevistado: Jorge Peña Montero</b> <b>Puesto: Coordinador Club de Leones</b> <b>Relación con el tema: Coordinador de <i>Sueños de Navidad</i> por el Club de Leones.</b>	
	Preguntas (unidad de análisis)	Respuesta
	¿Cómo se coordinó junto con Teletica la realización de <i>Sueños de Navidad 2016</i> ?  Métodos de selección de casos	
	¿Cómo se realizó la preselección de casos que para enviarle a Teletica?  Métodos de selección de casos	
	¿Cómo es que se contacta a cada una de las familias para los diez casos respectivos?  Métodos de selección de casos	
	¿Cómo se coordina la ayuda tanto el Club de Leones con los patrocinadores para con cada familia?  Métodos de selección de casos	

<p>¿Cuál es la consigna real que lo motiva a usted de contribuir con <i>Sueños de Navidad</i>?</p> <p>Recursos discursivos y retóricos</p>	
<p>¿Qué manifestaciones de ayuda concretas usted ha visto y recibido de la gente aparte de la donación financiera, tomando en cuenta los <i>Sueños de Navidad 2016</i>?</p> <p>Percepción de la audiencia</p>	
<p>¿<i>Sueños de Navidad</i> es parte de una Responsabilidad Social Empresarial?</p>	
<p>Comentarios adicionales:</p>	
<p><i>Nota aclaratoria: La batería de preguntas se adaptará (modificar, quitar, agregar dudas, con base en el</i></p>	

*perfil del entrevistado, de la muestra detallada)*

### Apéndice C

#### Matriz / Análisis contenido – Reportaje *Sueños de Navidad*

<b>Ficha análisis de documento de la muestra</b>		
<b>DATOS GENERALES</b>	<b>Sí / No</b>	<b>DETALLE</b>
Reportaje		
Sinopsis		
Fecha de publicación		
Productor		
<b>CATEGORÍAS:</b>		
<b>Insumos audiovisuales y periodísticos</b>		
Musicalización		
Planos		
Ángulos		
Iluminación		
Aparición de los entrevistados en la imagen		
Discurso de la periodista		
Explotación de la pobreza		

