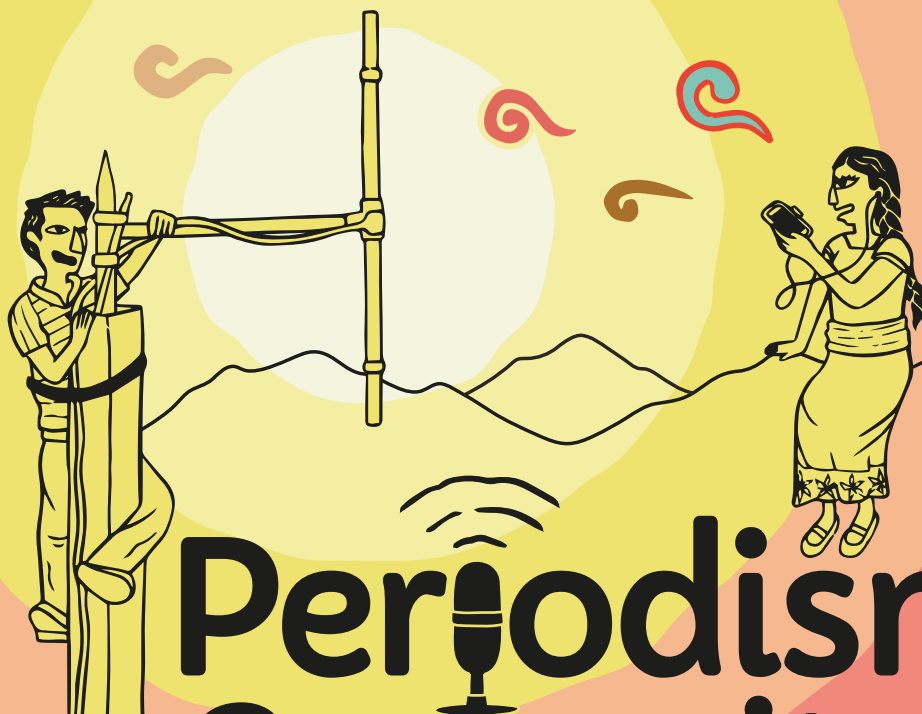




Periodismo Comunitario

Guía práctica para comunicadoras
y comunicadores populares

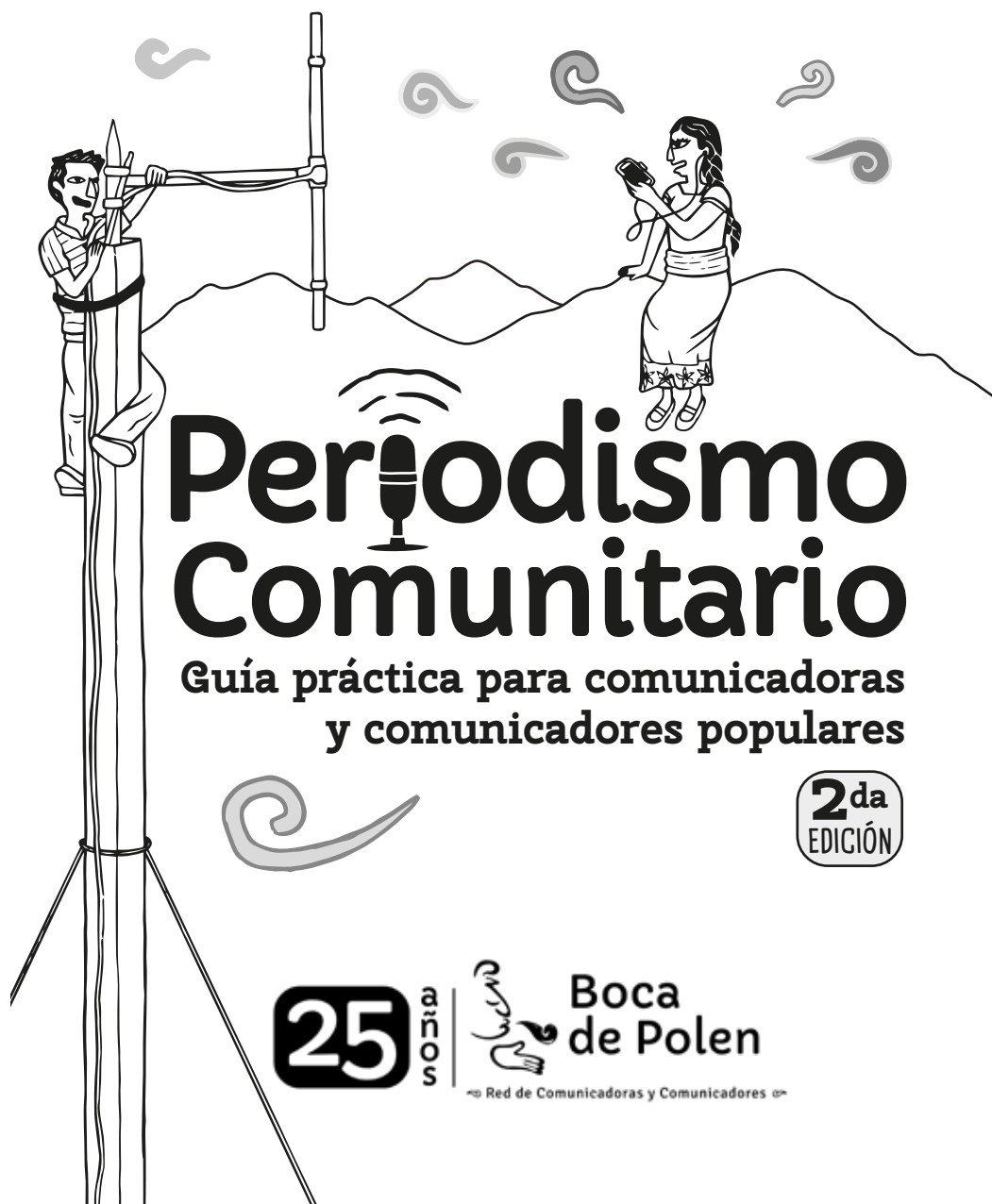
2^{da}
EDICIÓN

25 años



**Boca
de Polen**

Red de Comunicadoras y Comunicadores



Periodismo Comunitario

Guía práctica para comunicadoras
y comunicadores populares

2da
EDICIÓN

25 años



**Boca
de Polen**

Red de Comunicadoras y Comunicadores

Periodismo Comunitario

**Guía práctica para comunicadoras
y comunicadores populares**

2^{da} EDICIÓN

**Publicación de la Red de Comunicadoras
y Comunicadores Boca de Polen**

San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, 2026

www.bocadepolen.org / medios.bocadepolen.org

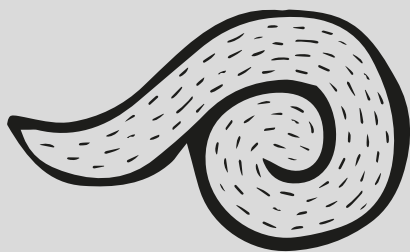
Coordinación editorial: Alejandra Carrillo Olano

Redacción: Alejandra Carrillo Olano,
Iván Fernández Álvarez y Thomas Zapf

Diseño gráfico e ilustraciones: Daniela Olimón

Con el apoyo del Fondo Canadá para Iniciativas Locales





Contenido

A MANERA DE INTRODUCCIÓN ¿DESDE DÓNDE Y CON QUIÉNES SE TEJE ESTA GUÍA?	5
---	----------

1. BREVE INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO COMUNITARIO	8
--	----------

El Periodismo en la comunicación comunitaria	10
Lo que buscamos con el ejercicio periodístico	11
Las habilidades del periodista comunitario	12
Para trabajar en la radio	
◆ Actividad 1: Poner en común nuestra razón de ser de la radio	13
◆ Actividad 2: Monitoreo de medios: La comunidad, ¿Qué busca en otros medios?	15

2. LA INVESTIGACIÓN Y NUESTRAS FUENTES	18
---	-----------

¿Qué es la información?	19
¿Cómo escogemos un tema?	20
¿Qué buscamos responder?	21
Fuentes de Información locales	22
Internet	23
Redes Sociales	24
Inteligencia Artificial	25
Información vs. Desinformación	27
Para trabajar en la radio	
◆ Actividad 1: Pared temática ¿De qué hablamos en la radio?	28
◆ Actividad 2: Mapeo de la comunidad. Fuentes de información locales	29
◆ Actividad 3: Nuestro acuerdo comunitario para el uso responsable de herramientas digitales	31

3. LA ENTREVISTA Y LA NOTA INFORMATIVA 33

La nota	34
Recordando las preguntas a responder	35
La estructura de la nota	35
La entrevista	37
Tipo de entrevistas	38
¿Cómo hacer preguntas?	39
Consejos para preparar la entrevista	40
Consejos para tomar en cuenta durante la entrevista	42
Para trabajar en la radio	
◆ Actividad 1: Escuchando otros entrevistadores y entrevistadoras	43
◆ Actividad 2: Entrevistando en vivo	44
◆ Actividad 3: La nota	46

4. CORRESPONSALES COMUNITARIOS 47

Ser los ojos, oídos desde el corazón de la comunidad	48
¿Quiénes son y qué hacen?	49
Sin tiempo de editar, la noticia no espera	50
La presentación de las colaboraciones en la radio	51
Para trabajar en la radio	
◆ Actividad 1: El recorrido de la noticia	53
◆ Actividad 2: Mapa de corresponsales	54

5. LA SEGURIDAD COMO PERIODISTAS 55

Análisis de contexto	57
Mapeo de actores	57
Protocolo de seguridad	58
Bitácora de ¿qué?	59

Seguridad digital	60
Comunicación cifrada = segura	60
Contraseñas seguras	61
Autenticación en 2 pasos	62
Para trabajar en la radio	
◆ Actividad 1: ¿Cómo hacemos un mapeo de actores?	62
◆ Actividad 2: Contraseñas seguras	63

6. LA NARRATIVA EN NUESTRA RADIO 65

Algunos tipos de narrativa	67
Importancia de la narrativa en nuestras radios	68
El poder de la descripción en la narrativa	69
El Guion	70
Para trabajar en la radio	
◆ Actividad: ¡A escribir historias!	72

7. DIFUSIÓN DE CONTENIDOS 74

La difusión: parte esencial del trabajo comunitario	75
¿A quién queremos llegar? Pensar el público desde la comunidad	76
¿Qué es una estrategia de difusión?	77
Uso de los canales de difusión y su lenguaje	79
Ampliar la difusión fuera de la comunidad	80
Uso de las redes sociales como canales de difusión externa	81
Acercarse a otras radios públicas y comunitarias	83
Para trabajar en la radio	
◆ Actividad 1: Organizando nuestra labor de difusión	86
◆ Actividad 2: Reutilizar materiales para ampliar el alcance	88

A MANERA DE CIERRE (SIN SER EL FINAL...) 89

A manera de introducción

¿DESDE DÓNDE Y CON QUIÉNES SE TEJE ESTA GUÍA?

Esta Guía de Periodismo Comunitario nace desde la práctica viva, desde el camino andado colectivamente durante **25 años de trabajo de nuestra organización** en comunidades rurales, indígenas y populares. No surge desde un escritorio ni desde la teoría aislada, sino desde la experiencia cotidiana de comunicar en contextos donde la palabra tiene historia, la radio es encuentro, y la comunicación es también defensa del territorio, de la cultura y de la vida.

La primera versión de *Periodismo Comunitario guía práctica para comunicadoras y comunicadores comunitarios (2019)*, surgió como resultado de un proceso de formación en comunicación y periodismo que se llevó a cabo en la región Los Altos y Selva de Chiapas durante el año 2018, con radios comunitarias de distintos pueblos originarios. A partir de ahí, hemos puesto en práctica esta metodología, adecuándola cada que ha sido necesario, pues los contextos en los que ahora realizamos nuestra labor comunicativa ha cambiado significativamente. Los riesgos para buscar difundir las voces desde los territorios, las luchas, realidades y demandas, han aumentado considerablemente; la tecnología, el Internet y la telefonía celular son herramientas que, con ciertas limitantes, ahora están presentes en

gran parte de las comunidades rurales, indígenas y afrodescendientes y sin duda la forma de compartir información en el mundo en general ha revolucionado.

Por ello, nos atrevemos de nuevo a reescribir nuestros aprendizajes, pues a lo largo de estos años, quienes hemos colaborado desde Boca de Polen, hemos aprendido que el periodismo comunitario no se improvisa, pero tampoco se encierra en reglas rígidas. **Se construye en red, en colectivo y desde la escucha de nuestro entorno,** reconociendo los saberes locales, las lenguas originarias, las luchas comunitarias y las voces que históricamente han sido silenciadas, pero que al mismo tiempo buscan ser amplificadas y resonar. Cada acierto y cada error nos han dejado aprendizajes valiosos, así como retos constantes: la falta de recursos, la inseguridad, la brecha digital, la desinformación y los cambios acelerados en las tecnologías de la comunicación, son algunos de ellos.

Esta guía es, ante todo, un **ejercicio de sistematización de nuestro andar en la comunicación comunitaria en México:**

ordenar lo vivido, reflexionar sobre lo hecho, compartir lo aprendido y abrir preguntas para lo que viene en nuestra labor informativa.



Aquí se recogen herramientas, experiencias y reflexiones surgidas del trabajo con radios comunitarias, corresponsales, colectivos juveniles y comunicadoras y comunicadores que hacen periodismo desde el compromiso con su comunidad y buscan informar con ética, responsabilidad y creatividad, sin perder de vista que la comunicación comunitaria es un acto político y cultural.

Agradecemos a las radios comunitarias de Chiapas, Puebla, Veracruz y Yucatán con las cuales hemos compartido espacios de formación y reflexión que sirvieron como base metodológica para el contenido escrito en estas páginas. Gracias a las organizaciones de la sociedad civil que también hacen su lucha desde la comunicación comunitaria y con quienes coincidimos en distintos espacios físicos y ahora virtuales, para repensar y reflexionar sobre nuestra labor comunicativa en nuestro país y en Latinoamérica. Nuestros agradecimientos también a las radios públicas, instituciones educativas, investigadores y periodistas independientes con quienes hemos aprendido a ampliar nuestra forma de mirar y hacer comunicación, y finalmente, agradecer a todo el equipo que actualmente damos vida a Boca de Polen.

Celebrar 25 años como Red de Comunicadoras y Comunicadores Boca de Polen no significa cerrar un ciclo, sino reconocer que seguimos aprendiendo. Esta guía es una fotografía del momento actual, construida desde la experiencia acumulada, pero consciente de que **la comunicación cambia, las comunidades se transforman y los desafíos se renuevan**. Por ello, estas páginas no pretenden tener la última palabra, sino abrir el diálogo y fortalecer los procesos de comunicación comunitaria que siguen creciendo día a día.



CAPÍTULO

1

Introducción al Periodismo comunitario



El ejercicio periodístico parte de tener todos nuestros sentidos abiertos para captar las realidades que nos rodean y, dentro de esas realidades, ir identificando cuáles son las que son de interés de nuestra radio y de nuestras comunidades. El periodismo que buscamos hacer desde las radios comunitarias, es aquel que expresa nuestra posición sobre los acontecimientos que ocurren.

Un medio de comunicación con responsabilidad social como las radios comunitarias, buscará expresar sus puntos de vista sobre lo que está pasando en su comunidad, en el país y en el mundo. **No basta informar.** No basta armar un noticiero con los hechos más relevantes del momento como estamos acostumbrados a recibir la información de grandes medios, hay que tomar posición sobre esos hechos y buscar esas voces y esas realidades que, de manera sustentada, nos ayuden a reafirmar esa posición.



El Periodismo en la comunicación comunitaria

El Periodismo ligado a la comunicación comunitaria tiene otro sentido, ya que las y los comunicadores forman parte también de la comunidad y esto adquiere una responsabilidad diferente, ya que todas y todos podemos jugar el papel tanto de emisores como receptores, por tanto, es importante que recordemos que lo que digamos, o dejemos de decir, forma parte de la identidad de nuestra radio. La forma, el tono y los temas que tratemos desde nuestro ejercicio periodístico hablan del lugar desde donde nuestro medio de comunicación está parado.

Hay que tener siempre presente que los medios comunitarios no respondemos a intereses políticos partidarios, económicos ni religiosos, pero sí tenemos una postura política, unos valores que nos rigen y razones de ser claras, que nos definen como medios propios de la comunidad.



**BUSQUEMOS ENTONCES
QUE NUESTRO QUEHACER
PERIODÍSTICO SEA:**

**LIBRE,
PARTICIPATIVO,
CREATIVO Y
REFLEXIVO.**

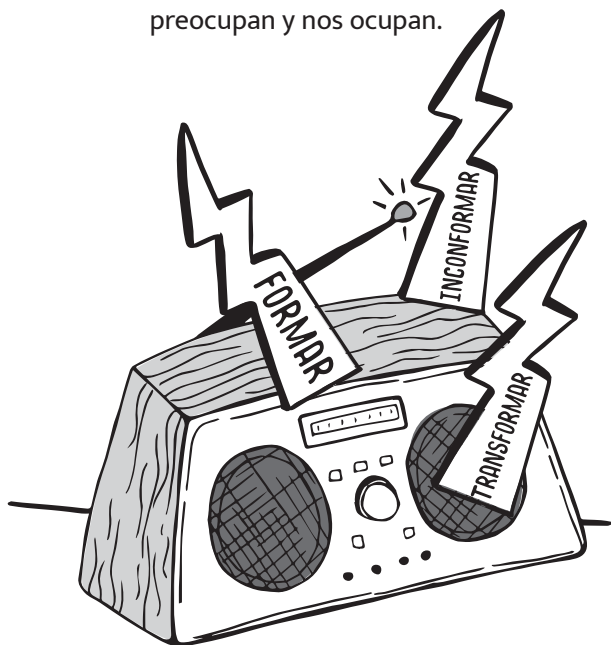
Lo que buscamos con el ejercicio periodístico

Lo que buscamos con el quehacer del periodismo en nuestra comunidad, es abonar a un ejercicio constante de diálogo y reflexión donde se pueda:

- ◆ **Informar para formar.** Lo que buscamos es sumar a la opinión pública sobre diferentes realidades que influyen en nuestra vida cotidiana o en aquellas que nos preocupan y nos ocupan.
- ◆ **Informar para inconformar.** Buscamos que las voces que se escuchen sean las de la población que pocas veces es tomada en cuenta porque son incómodas para quienes tienen el control en nuestras comunidades, regiones o país, es decir esas voces que no están de acuerdo con las realidades que están sucediendo y que su palabra, es otra realidad de los hechos.

◆ Informar para transformar.

Partimos del hecho de que no estamos de acuerdo con la forma en que actualmente se vive, es decir, vivimos en un mundo desigual, injusto, violento y excluyente y buscamos, como medios comunitarios, abonar a que estas realidades cambien, por tanto, la labor periodística que hagamos, buscará dar cuenta de estas realidades, pero también buscará dar a conocer esas experiencias y formas de vida que ya están haciendo esos cambios para una vida más digna y que sirvan como motivación para transformar todo aquello con lo que no estamos de acuerdo.



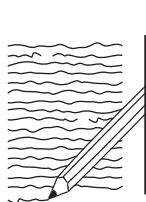
Las habilidades del periodista comunitario

Si bien el periodismo lo relacionamos con una formación profesional, todas y todos en la radio pueden hacer este ejercicio, adquiriendo ciertos conocimientos, potencializando y desarrollando ciertas habilidades que les permitan generar información para sus medios. Algunas de estas habilidades son:



HÁBITO DE LA LECTURA: Un periodista está informado de diferentes hechos que suceden, pero también cuenta con conocimientos de ciertos temas de interés ¡anímate a perderle el miedo a las letras! Leer constantemente te ayudará a tener un vocabulario más amplio para escribirlo y hablarlo, a tener conocimiento sobre diferentes temas, a conocer diferentes puntos de vista de las realidades, a tener temas de los cuales platicar con las personas y a adquirir confianza para entablar conversaciones.

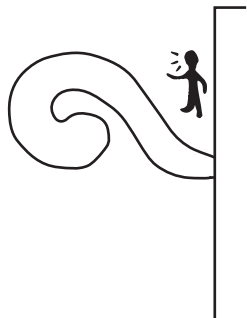
CAPACIDAD DE OBSERVACIÓN: Estar atentas y atentos a todo lo que sucede a nuestro alrededor, teniendo todos los sentidos activos.



CAPACIDAD DE DESCRIPCIÓN: Recordemos que a través de la radio, la gente sólo nos escucha y ser descriptivos con lugares, hechos, personas y situaciones, le ayuda a nuestro público a entender mejor el mensaje.

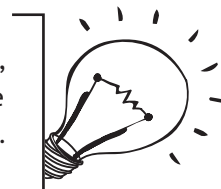
SENTIDO CRÍTICO: Con la información que se tiene, debemos ser capaces de tener una opinión, pero esto no significa juzgar o calificar los hechos. Esto va de la mano con la razón de ser y los valores de nuestro medio.





RESPONSABILIDAD: Recordemos que al estar en un medio de comunicación implica saber hacer un buen uso de la palabra y que, lo que digamos o dejemos de decir no es a título personal sino a título de nuestro medio. Todo trabajo informativo tiene que realizarse con seriedad, acercarse a la realidad, sin inventar, sin modificar datos, ni dar por hecho que la gente ya sabe de lo que se habla y sobre todo dar crédito a las personas o fuentes de donde obtengamos la información.

CREATIVIDAD: Hay diferentes formas de presentar la información, ir cambiando de formatos, de orden y hacer uso del lenguaje radiofónico (voz, música, sonidos, silencio) para contar hechos.



Para trabajar en la radio

Actividad 1

PONER EN COMÚN NUESTRA RAZÓN DE SER DE LA RADIO

Este ejercicio les permitirá tener a la mano la postura política de la radio, es decir su razón de ser, ya que será su guía para saber sobre qué temas abordar en su ejercicio periodístico, qué enfoque le darán a la información, así como las voces que quieren que sean escuchadas en su medio.

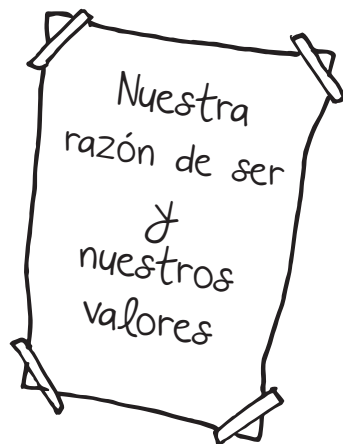
ACTIVIDADES

Sabemos que en las radios comunitarias la mayoría del trabajo realizado es de manera voluntaria, lo que provoca que haya una rotación constante de comunicadores y comunicadoras, por tanto, les recomendamos que, antes de iniciar este recorrido del quehacer periodístico, se reúna todo el colectivo de la radio y revisen su historia como medio (a manera de charla, o escribiendo fragmentos de lo que se acuerden en tarjetas, hojas o rotafolios que puedan guardar para usar posteriormente). Algunas de las preguntas que les ayudarán a tener esta información son:

¿CÓMO INICIÓ LA RADIO? ¿CUÁNDO? ¿CON QUÉ FINALIDAD?
¿CUÁL ES LA RAZÓN DE SER DE LA RADIO?
¿QUÉ VALORES DEBEN DE ESTAR PRESENTES EN LA RADIO?

Si entre los que están actualmente en la radio, no tienen toda esta información, es una buena oportunidad para iniciar su trabajo como reporteras y periodistas. Acérquense a las y los fundadores de la radio y a personas de la comunidad para platicar sobre la historia de la radio para que les puedan ayudar a complementar esta información.

Una vez que tengan el mayor número de voces recopiladas para ubicar su razón de ser como radio, escríbanlo en grande, de tal manera que esté visible siempre en algún lugar de la radio, esto les recordará el para qué hacen radio y qué valores los rigen.



ACTIVIDADES

★ PARA TOMAR EN CUENTA EN NUESTRA PRÁCTICA ★

Si vas a guiar esta actividad, te recordamos tener los oídos bien abiertos y la disponibilidad para escuchar a todas y todos del colectivo. Recuerda que hombres, mujeres, menores y personas mayores, tienen el mismo derecho a ser escuchados y que toda opinión es válida. Es importante no perder de vista que cuando decidimos abrir un espacio para participar, todas y todos tenemos algo que compartir y algo que aprender. Busca, sin obligar, que todas las voces del colectivo sean escuchadas.

Actividad 2

MONITOREO DE MEDIOS: LA COMUNIDAD ¿QUÉ BUSCA EN OTROS MEDIOS?

La importancia de leer, ver y escuchar otros medios donde ejercen el trabajo periodístico, nos da una idea de cómo construir nuestro propio estilo de compartir información, desde el formato radiofónico que se use, hasta el lenguaje y los mensajes que se transmiten.

Esta actividad se puede hacer en diferentes etapas y la información recopilada puede tener diferentes usos.

ACTIVIDADES

Por parejas o equipos, dependiendo el número de integrantes de la radio, recorrer la comunidad para identificar **¿a qué medios se tiene acceso en la comunidad?** Fijarse en las tiendas, en los parques, en los mercados, en nuestras propias casas, en casas de familiares. Después entre todas y todos, hacer una lista de todos esos medios y las personas que lo están consumiendo:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	LUGARES Y PERSONAS QUE LO CONSUMEN
Periódico: La Voz	Parques, personas mayores
Televisión (qué canales)	En las tiendas, mujeres y hombres
Radio: 92.7fm La Voz del Pueblo	
Radio: 99.3fm La Poderosa	
Redes Sociales	

Posteriormente ubicar las señales de radio para saber más de ellas: por ejemplo, ubicar qué tanta información tenemos del medio (desde dónde viene la señal, qué tipo de programación tiene, cómo son sus espacios informativos, qué formatos utilizan, de qué temas hablan, qué lenguaje utilizan). Este ejercicio les ayudará a:

- ◆ Ubicar qué información, voces y realidades están quedando fuera de las programaciones de otras estaciones y que son de interés para la comunidad
- ◆ Desde dónde se construye la información
- ◆ Cómo poder dar a conocer información en nuestra radio de manera creativa y atractiva
- ◆ Qué agendas temáticas están manejando otras radios
- ◆ Qué lengua o lenguas se utilizan
- ◆ Qué lenguaje están utilizando (incluyente, entendible para la comunidad, sencillo, descriptivo)

ACTIVIDADES



Como reflexión final de este ejercicio, entre el colectivo responderse: ¿nos identificamos con ese medio? ¿nuestra realidad está incluida en la información que manejan? ¿Qué temas abordan en sus espacios informativos y cuáles están dejando fuera que podrían ser de nuestro interés y del de la comunidad? Estas preguntas les servirán para ir pensando en su agenda temática como radio comunitaria, al igual que ir pensando cómo les gustaría que se escucharan sus espacios informativos de manera creativa y atractiva para la comunidad.

OTRAS FORMAS DE MONITOREAR MEDIOS:

- ◆ Cuando vayan en carretera, apuntar qué estaciones se escuchan en el transporte público para nutrir su mapa de medios.
- ◆ Si se va en vehículo particular, ir monitoreando en el radial las estaciones que llegan y cuáles manejan espacios informativos (esto hacerlo al menos en las comunidades que sabemos que nuestra radio tiene alcance)
- ◆ Cuando estemos en otras comunidades poner atención a lo que leen, ven o escuchan las personas en el mercado, en casas de conocidos, en restaurantes, en las tiendas y en los parques u otros espacios públicos.
- ◆ Con la presencia del Internet y las redes sociales en la comunidad, es importante ubicar ¿Qué información se está compartiendo desde ahí? Pueden ubicar las cuentas de los contactos que siguen a la radio y mirar qué fuentes comparten y qué temas son los más compartidos.



CAPÍTULO

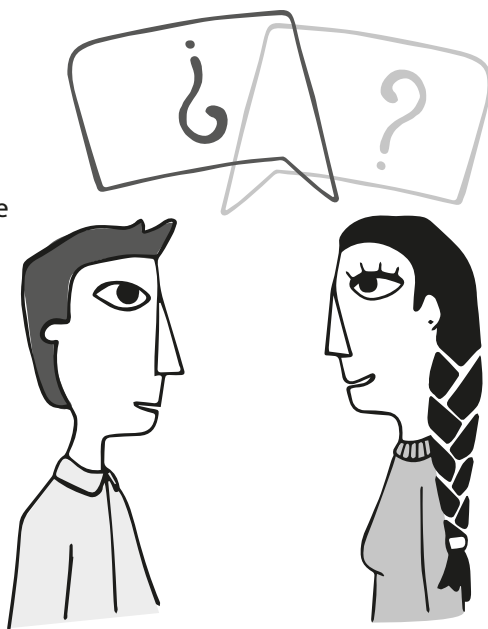
2

La Investigación y nuestras Fuentes



La investigación es una actividad que, sin darnos cuenta, la practicamos todo el tiempo en nuestra vida cotidiana. Todo el tiempo hacemos preguntas y nos hacen preguntas. Llegamos a casa y nos preguntan ¿cómo nos fue? Salimos a la calle y si nos encontramos a un conocido le preguntamos cómo está y a veces de esa respuesta salen otras preguntas ¿qué andas haciendo por estos rumbos? ¿a dónde vas? ¿vas a ir a la reunión del fin de semana? En el mercado preguntamos los precios de las cosas y otros ejemplos.

Cuando investigamos para generar información en la radio, hacemos una serie de preguntas a determinadas personas, buscamos más datos en otras fuentes y con cierto orden, generamos el contenido informativo que queremos compartir. En este ejercicio, partimos de lo general a lo particular, es decir, que conforme más vamos buscando información vamos encontrando datos que nos permiten ir apuntando nuestro interés hacia algo más específico.



¿QUÉ ES LA INFORMACIÓN? Consideramos a la información como una serie de datos, previamente seleccionados, que en su conjunto construyen un mensaje sobre temas, personas o situaciones en específico.

¿Cómo escogemos un tema?

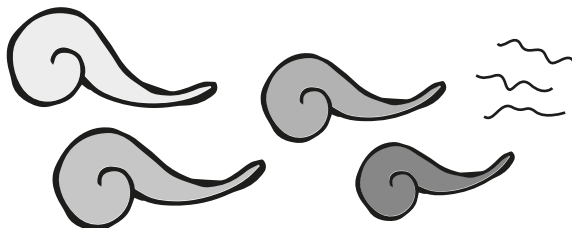
Regresamos a la razón de ser de la radio, nuestra agenda de temas va de la mano con los temas de interés de nuestro colectivo y de nuestra comunidad, por ejemplo, hay radios que surgieron para fortalecer sus culturas, otras para defender sus territorios de los constantes despojos, otras para hacer valer los Derechos Humanos. Los motivos que hicieron surgir a nuestro medio, son ya parte de nuestra agenda de temas a integrar en nuestra barra informativa.



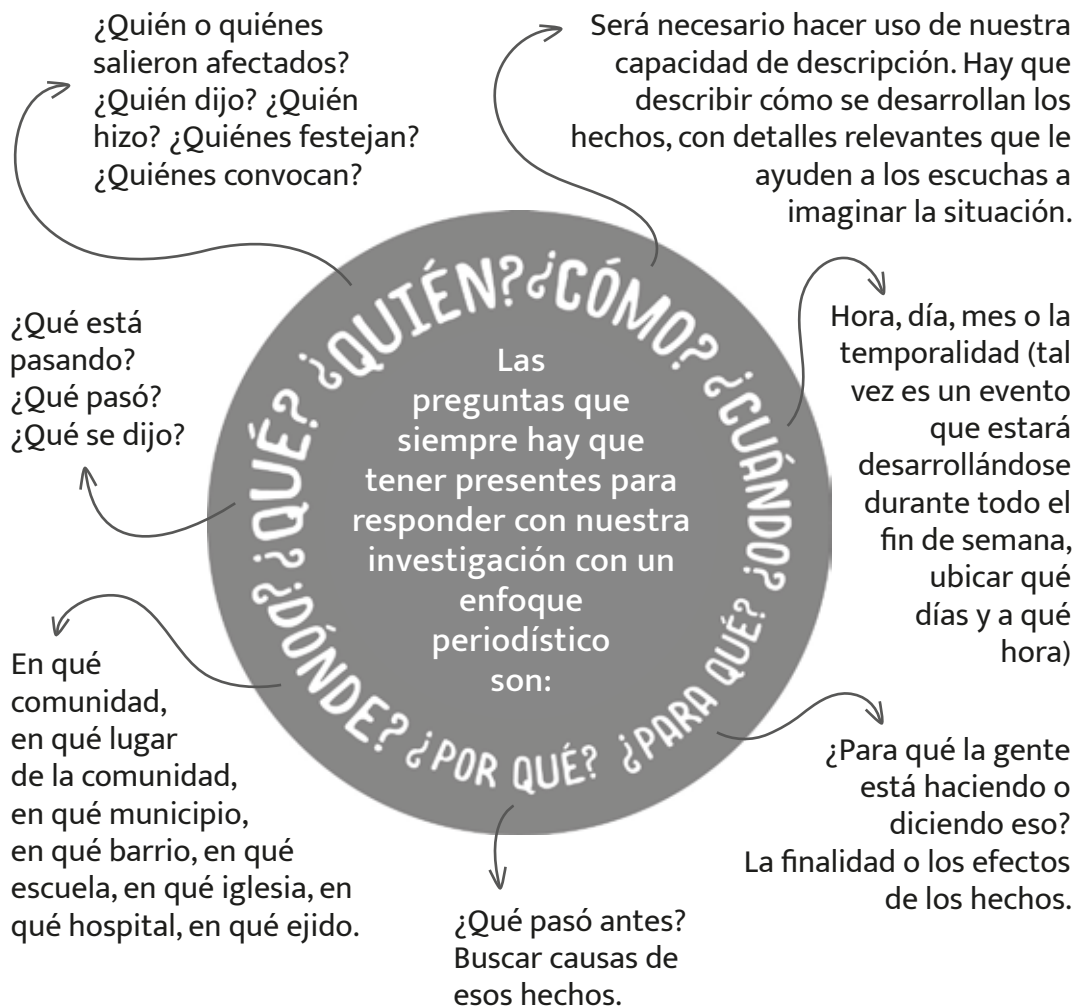
Para disfrutar del ejercicio como investigadores, hay que estar siempre atentas y atentos a lo que pasa a nuestro alrededor, a veces no nos imaginamos en dónde encontraremos temas para investigar. Estar al pendiente de lo que está hablando la gente, de lo que les preocupa o emociona, también nos ayuda a definir un tema.

Si bien lo que buscamos en nuestra práctica como radio comunitaria es informar sobre lo que pasa a nuestro alrededor, también es importante tomar en cuenta lo que está pasando fuera de nuestra localidad para informar a nuestra comunidad de situaciones más regionales, nacionales e internacionales. El ejercicio de monitorear otros medios nos

puede dar una pista de los temas de actualidad y ubicar qué voces hacen falta ser escuchadas para nosotros buscarlas y dar otro punto de vista sobre el mismo tema.



¿Qué buscamos responder?



Fuentes de información locales

Consideramos fuentes de información a personas, instituciones, organizaciones sociales, documentos escritos o portales en internet donde podamos encontrar datos que nutran y complementen el mensaje que queremos transmitir.

Las fuentes que utilizamos tienen que ver con los temas que sean de interés para nuestro medio y nuestra audiencia, y también con nuestra postura política, es decir, buscamos investigar con cierta intencionalidad. Estas fuentes las podemos considerar como primarias y secundarias. Las primarias son aquellas que se encuentran en el lugar de los hechos, por ejemplo, los organizadores de un bloqueo carretero y las personas aledañas en ese lugar. Las fuentes secundarias son personas que conocen sobre el tema o conflicto que complementan nuestra información, misma que también se puede encontrar en otras fuentes escritas.

Algunas de las fuentes de donde podemos obtener información son:

- ◆ Diferentes personas de la comunidad
- ◆ Hospitales, escuelas, albergues, parques, mercados, ayuntamientos, etc.
- ◆ Organizaciones de la Sociedad Civil
- ◆ Comités de Barrio, de agua potable, de luz, de educación, junta de vecinos, asamblea.
- ◆ Libros
- ◆ Revistas especializadas
- ◆ Otros medios
- ◆ Experiencia propia
- ◆ Boletines producidos por organizaciones, academia, medios



Fuentes de investigación en la era digital: Internet, redes sociales e Inteligencia Artificial

En el periodismo comunitario, investigar es escuchar, observar y preguntar. Hoy, además de la palabra de la comunidad y la memoria colectiva, también contamos con herramientas digitales que pueden fortalecer nuestro trabajo si las usamos de manera **adecuada y responsable**. El Internet, las redes sociales y la Inteligencia Artificial (IA) son nuevas **fuentes de información**, incluso en contextos rurales, indígenas y campesinos donde el acceso es limitado, pero posible.



Internet

El Internet es una gran red que conecta información de muchos lugares del mundo. A través de él podemos consultar textos, audios, videos, documentos y noticias, usando un celular, una computadora o una tablet. Aunque es un mundo de información, también desinforma. Si bien en muchas comunidades el acceso es limitado, el Internet se ha convertido en una herramienta importante para informarse y fortalecer el trabajo periodístico.

✦ OPORTUNIDADES:

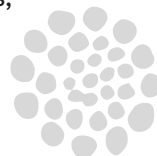
- Permite acceder a noticias, documentos públicos, leyes, estudios y comunicados oficiales.
- Ayuda a comparar información local con lo que pasa a nivel regional, nacional e internacional.
- Facilita la búsqueda de antecedentes para entender mejor un tema comunitario (salud, tierra, educación, derechos).



CONSEJOS PARA UN USO ÉTICO Y RESPONSABLE:



- No todo lo que está en Internet es verdad: revisa **quién publica** la información y **de dónde viene**. Corroborar la información que se difunde, buscando la fuente raíz de dónde están sacando los datos, de lo contrario es información que no podemos corroborar y podríamos difundir información no verdadera.
- **Compara la información** en al menos dos o tres sitios distintos.
- **Prioriza fuentes confiables**: medios comunitarios, universidades, organizaciones sociales, instituciones públicas. Ubicar las páginas oficiales para datos determinados como: datos estadísticos, número de población de cierto lugar, declaraciones universales u otra información que nos ayude a nutrir nuestra información de manera sustentada. (ejemplo: Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI o diferentes páginas de la Organización de las Naciones Unidas)
- Guarda o descarga información importante para consultarla cuando no haya conexión.



CONACYT



Redes Sociales

En las redes sociales podemos encontrar la voz de las personas. Las redes sociales son espacios digitales donde las personas comparten mensajes, fotos, audios y videos. Plataformas como Facebook, WhatsApp, X, Instagram o TikTok se usan para comunicarse, denunciar, organizarse y contar lo que sucede en los territorios, muchas veces antes de que llegue a los medios tradicionales. Sin embargo, podemos perdernos en tantas opiniones y sobre todo en la rapidez que suelen compartir información.

Oportunidades: ✨ ✨

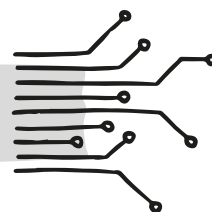
- Son espacios donde la gente comparte denuncias, testimonios, fotos y videos de lo que pasa en su comunidad y nos permite nutrir nuestro contenido.
- Permiten seguir a organizaciones, radios comunitarias, defensoras y defensores de derechos humanos en tiempo real, pues en redes sociales la información fluye más rápido que en las páginas web.
- Ayudan a detectar temas urgentes y problemáticas que no aparecen en los medios grandes.

CONSEJOS PARA UN USO ÉTICO Y RESPONSABLE:



- Una publicación no es una noticia confirmada: verifica antes de compartir.
- Pregunta siempre: ¿quién grabó?, ¿cuándo pasó?, ¿en dónde ocurrió?
- Evita difundir imágenes o mensajes que pongan en riesgo a personas de la comunidad o de la región.
- Da crédito a quien generó la información y pide permiso cuando sea necesario.

Inteligencia Artificial



La Inteligencia Artificial, o IA, es una tecnología que permite a las computadoras analizar información y generar textos, audios o imágenes. Funciona a partir de datos que ya existen en Internet. En el periodismo comunitario, la IA puede ser una herramienta de apoyo, pero no piensa ni siente como las personas.

Diferentes herramientas de Inteligencia Artificial (IA), como por ejemplo ChatGPT, Gemini o DeepSeek pueden ayudarnos a encontrar y/o resumir información relevante sobre un tema. Sin embargo, debemos tener claro que estos modelos de IA pueden

presentarnos información incompleta, errónea o falsa. Entonces, si decidimos usar alguna herramienta de IA para buscar información, es importante buscar una segunda fuente que no sea IA para verificar la información.

OPORTUNIDADES: ✨

- Ayuda a ordenar ideas, resumir textos largos o explicar temas complejos con palabras sencillas.
- Puede apoyar en la redacción de guiones, preguntas para entrevistas o ideas para contenidos.
- Facilita el trabajo cuando hay poco tiempo o pocos recursos.

CONSEJOS PARA UN USO ÉTICO Y RESPONSABLE:



- La IA **no** sustituye el trabajo comunitario ni la voz de la gente. Puede equivocarse o inventar
- datos: siempre revisa y confirma la información.
- No uses la IA como única fuente; combínala con entrevistas, testimonios y fuentes locales.
- Sé transparente: si usas IA como apoyo, hazlo con responsabilidad y criterio.

★ PARA TOMAR EN CUENTA ★

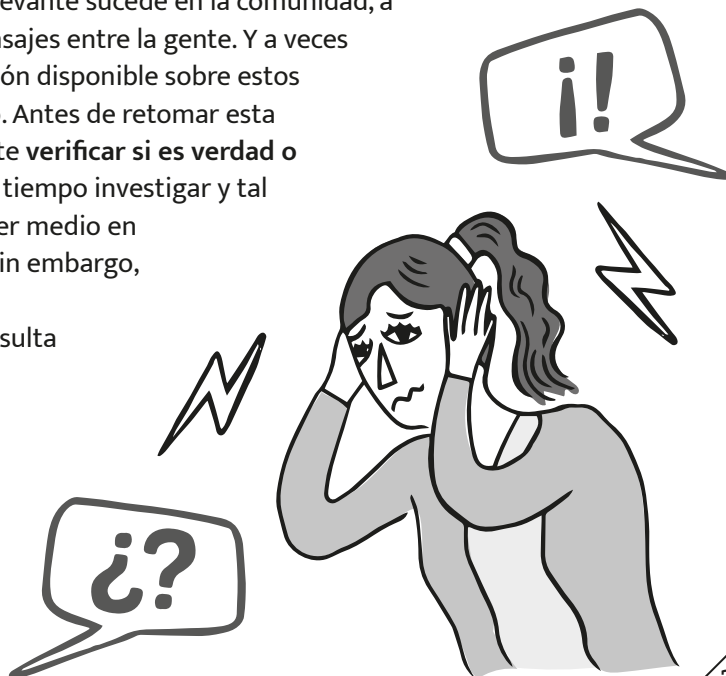
Recordemos que las fuentes que nosotros consultemos también hablan de la postura política de la radio porque estamos difundiendo el pensamiento de personas, instituciones y organizaciones con quienes coincidimos.



Información vs. Desinformación

La desinformación no es un fenómeno nuevo, es tan antigua como la manera de comunicar. Cada innovación tecnológica también ha sido aprovechada para difundir información falsa. Actualmente, se usa tanto las redes sociales como la Inteligencia Artificial para desinformar. Imágenes, audios y videos producidos con IA pueden parecer información sobre hechos reales cuando no lo son. Esto significa un reto enorme a la hora de recopilar información que queremos difundir. La solución es capacitarnos sobre las herramientas, tecnologías y metodologías que se usan para desinformar.

Como periodistas comunitarios, es importante que sepamos distinguir entre información y desinformación, pues la confianza que nuestra audiencia tiene en nuestro medio depende de si la información que difundimos es verdad o no. Si algo relevante sucede en la comunidad, a veces se difunde por mensajes entre la gente. Y a veces ésta es la única información disponible sobre estos hechos en este momento. Antes de retomar esta información es importante **verificar si es verdad o no**. Nos puede llevar más tiempo investigar y tal vez ya no seamos el primer medio en difundir la información. Sin embargo, debemos evitar difundir información que luego resulta ser falsa y que nos quita credibilidad.



Para trabajar en la radio

Actividad 1

PARED TEMÁTICA ¿DE QUÉ HABLAMOS EN LA RADIO?

PASO 1: En hojas cortadas a la mitad o tarjetas, cada integrante del colectivo escribirá sus temas de interés (pueden ir desde temas que manejan, hasta algunos que desconocen, pero que les gustaría saber más de ellos). En cuanto terminen, ir las pegando en una pared.

PASO 2: En colectivo revisar la razón de ser de la radio (ejercicio realizado en el capítulo 1) y ubicar las realidades que se vivían en la comunidad que llevó a las y los fundadores a crear la radio. Como mencionamos anteriormente, toda radio surge con ciertos propósitos (promover la lengua, las culturas, defensa de los territorios, derechos, etc). Una vez ubicados, escribir esos temas en hojas tamaño carta y colocarlas en la misma pared que las tarjetas del paso 1.

PASO 3: Salir a la comunidad y preguntarle a diferentes personas ¿De qué temas les gustaría que la radio les platicara? (preguntar a hombres, mujeres, niñas y niños, autoridades, personas del transporte público, en tiendas, hospitales, oficinas, escuelas) entre más diverso sea el grupo a quien le preguntemos, más nutrida estará nuestra pared temática. Regresar a la radio y colocar los temas en hojas de colores cortadas a la mitad (esto para diferenciarlas de las demás tarjetas).

FINALMENTE, en la misma pared agrupar los temas que se relacionan y tratar de sacar el mayor número de subtemas. Recordemos que entre más específico sea el tema, más fácil será transmitir nuestros mensajes y que las hojas tamaño carta, son los temas que son prioritarios para la radio porque son lo que marcan su razón de ser y no debemos perderlos de vista.

ACTIVIDADES



NOTA

Se recomienda escribir todos los temas que salieron en un rotafolio y en un archivo en la computadora, para tenerlo a la mano en cualquier momento, sobre todo para compartirlo con quienes se van integrando a la radio.

★ PARA TOMAR EN CUENTA EN NUESTRA PRÁCTICA ★

Recordemos que la agenda temática de la radio es definida desde diferentes frentes, por ejemplo: los motivos que llevaron a que la radio naciera en la comunidad, los temas de interés de quienes forman parte de la radio, temas de interés de la comunidad y temas de actualidad. Contar con una **agenda temática** ayuda a tener más orden y claridad en la radio.

Actividad 2

**MAPEO DE LA COMUNIDAD.
FUENTES DE INFORMACIÓN LOCALES**

¡A dibujar se ha dicho! Entre todo el colectivo, hacer un dibujo de la comunidad, lo más detallado posible donde ubiquen: escuelas, iglesias, centros de reunión de las personas, casas de autoridades, de parteras, de

ACTIVIDADES

doctores, de maestros, de las personas más respetadas de la comunidad o que cuentan con algún cargo comunitario, el palacio municipal, oficinas de alguna instancia gubernamental, otros medios, etc.

Una vez realizado esto, verificar qué datos tenemos de cada lugar y cuáles nos hacen falta para poder crear nuestro directorio de contactos.

Por ejemplo: la escuela ¿Cómo se llama el director o la directora? ¿Quiénes son los maestros y maestras? ¿Tenemos su número telefónico o cómo los localizamos en caso de que sea fuera de horario de escuela? ¿De qué temas nos podrían hablar tanto maestros como alumnos? Entre más detalle tengamos, más completo será nuestro directorio.

Para esta actividad se necesita tiempo ¡no se desesperen! Este ejercicio pueden hacerlo en diferentes momentos para irlo complementando. Lo importante es obtener la mayor información de cada una de nuestras fuentes y encontrar una forma de ir concentrando toda esta información.

★ PARA TOMAR EN CUENTA EN NUESTRA PRÁCTICA ★

Hacer un directorio de la radio. Es muy común que cada persona vaya haciendo su lista de contactos conforme va haciendo más y más trabajo periodístico y muchas veces sucede que cuando se van de la radio, se llevan toda esa información. Por ello es importante que busquen un mecanismo para compartir y concentrar esos contactos sin perder de vista que esa información esté segura y que los datos personales sean de uso exclusivo para el trabajo periodístico de la radio.

Actividad 3

NUESTRO ACUERDO COMUNITARIO PARA EL USO RESPONSABLE DE HERRAMIENTAS DIGITALES

Con esta actividad buscamos que como colectividad reflexionemos y construyamos acuerdos claros sobre el uso ético, responsable y cuidadoso del Internet, las redes sociales y la Inteligencia Artificial para evitar la desinformación.

PASO 1: En plenaria nos respondemos: ¿Qué usamos y para qué?

- ¿Cuál de estas herramientas usamos más: Internet, redes sociales o Inteligencia Artificial?
- ¿Para qué la usamos en nuestra vida cotidiana y luego en nuestra labor?
- * Una persona va anotando palabras clave (informar, denunciar, organizar, aprender)

PASO 2: Riesgos y oportunidades

- El grupo se dividirá en 3 equipos, uno por herramienta: Internet, redes sociales o Inteligencia Artificial.
- Juntos responderán y anotarán en un rotafolio:
¿Cómo nos ayuda esta herramienta en la comunicación comunitaria? ¿Qué riesgos tiene si se usa sin cuidado?
¿A quiénes podría afectar un mal uso?
- Ayuda a ejemplificar las respuestas con casos reales que les haya pasado en su práctica.

ACTIVIDADES

PASO 3: Construcción de acuerdos éticos

- Cada equipo propone 5 acuerdos comunitarios, por ejemplo: verificar la información antes de compartirla, no publicar contenidos que pongan en riesgo a personas o comunidades, no usar la IA para inventar testimonios o datos, o respetar la palabra y la imagen de la gente.
- Luego, en plenaria se leen todas las propuestas, se discuten y se eligen las más importantes.
- Con toda la información trabajada, se **teje su acuerdo colectivo** en un rotafolio para que esté a la vista de todos (posteriormente se puede pasar a un diseño digital como una infografía para que cada uno lo tenga a disponibilidad, e incluso imprimirlo para sustituir el rotafolio).

★ PARA TOMAR EN CUENTA ★

Es importante tener a la vista este acuerdo colectivo del uso de las herramientas digitales (pueden ponerle un nombre más atractivo) para recordar su uso ético, para que las y los nuevos integrantes de la radio sepan esta información y la lleven a la práctica, usarlo en talleres como forma de reforzar e incluso enriquecer el acuerdo si es necesario.



CAPÍTULO

3

La Nota informativa y la Entrevista





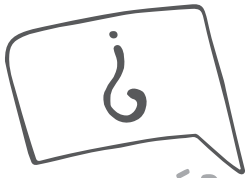
La Nota

Utilizamos este género periodístico para compartir **hechos de actualidad, novedosos, comprobables y de interés para un número significativo de la población**. En los medios comunitarios, buscamos hacer uso de la nota para informar a las comunidades de todo lo que **tienen derecho a saber**, principalmente de aquellas situaciones que suceden en la misma localidad o en las cercanas. De igual manera no hay que perder de vista que es importante compartir noticias que si bien no suceden en la comunidad, sí se relacionan con la vida comunitaria. Entre más **identificados y cercanos** se sientan nuestros radioescuchas con los temas y hechos que abordamos en nuestras notas, éstas despertarán mayor interés y tendrán un mejor recibimiento en nuestras comunidades.



LA NOTA es el género periodístico que nutre a todos los demás, es corta, clara, puntual, sustentada (es decir, no se inventa o altera información) y no utiliza adjetivos que califiquen los hechos de los que se hablan en ella (no se dice si el hecho es bueno o malo, justo o injusto).

RECORDANDO LAS PREGUNTAS A RESPONDER



¿QUÉ?
¿QUIÉN?
¿CÓMO?
¿CUÁNDO?

Al igual que en la investigación, en este ejercicio periodístico buscaremos responder las preguntas: ¿Qué? ¿Quién? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Porqué? y ¿Para qué? El tener claras las respuestas nos será de mucha utilidad para ordenar la información a partir de lo más importante de los hechos.

Por ejemplo, si hacemos una nota sobre una fiesta patronal, podríamos empezar respondiendo ¿Cuándo se llevó a cabo la fiesta? y a ¿Quién o quienes se festeja? o si los hechos se relacionan con un bloqueo carretero posiblemente iniciaremos con el ¿Qué? y el ¿Dónde?



¿DÓNDE?
¿PORQUÉ?
¿PARA QUÉ?

La estructura de la nota

Como dato histórico, recordemos que mucho del referente de compartir información en los medios, se basan en los formatos escritos, por ejemplo, el periódico. Cuando las personas abren un periódico, lo primero que leen son los titulares, si la forma en que está escrito les llama la atención, siguen leyendo la nota. Si en el primer párrafo no les queda claro de qué va la nota, posiblemente dejen de seguir leyendo y pasen a otra nota.

Esta forma de leer noticias es muy similar para radio ya que podemos perder la atención de quien nos escucha si no somos claros en lo que queremos informar. Por ello, es muy importante que sepamos identificar dentro de toda la información que tenemos, qué datos son los que irán al principio, y cuales podemos dejar al final.

Para ayudarnos a este ejercicio, tengamos siempre presente las partes de una nota:

1

TÍTULO o CABEZA

Es la forma en la que vamos a nombrar nuestra nota, debe ser de una manera llamativa, corta, clara y que despierte el interés de quien nos va a escuchar.

2

ENTRADA

Se le nombra entrada al primer párrafo de nuestra nota. Debemos resaltar la información más importante de los hechos. Si la persona decide continuar escuchándonos o no, al menos ya quedó lo suficientemente informada con este primer párrafo. La entrada también nos sirve mantener la atención de quien nos escucha y continúen con nosotros y nosotras hasta finalizar la nota.

3

CUERPO

Son los párrafos en donde escribiremos el desarrollo de los hechos para compartir los demás datos que complementen y sustenten nuestra nota. Puede ayudarnos si seguimos acomodando la información de lo más importante a lo menos importante.

4

CIERRE

Es el último párrafo de nuestra nota y se conforma con datos relacionados con los hechos, pero no son los más importantes. Si bien lo más relevante ya se dijo en los párrafos anteriores, en el cierre le indicamos a quien nos está escuchando que la nota ha llegado a su fin y no se queda esperando mas información.

Las notas son de los formatos periodísticos más cortos, pero suelen ser los que más nos cuesten poner en práctica en nuestra radio. Sin embargo, a partir de que lo vayamos poniendo en práctica, desarrollaremos la habilidad de ir ubicando lo más importante de un hecho. ¡No hay que desesperarnos! Vayamos soltando ideas, probando diferentes formas de acomodar los datos hasta que nos convenza un orden.

Recordemos también que el título o la cabeza de nuestra nota es lo último que escribimos una vez que ya repasamos y repasamos la información. En los grandes medios, quienes redactan los encabezados no son los reporteros o reporteras que hacen la nota. Dentro del colectivo, ayuda mucho que alguien más lea nuestra nota para ver si es entendible la información e incluso nos puede ayudar a redactar un encabezado llamativo, corto y fácil de entender.



La Entrevista

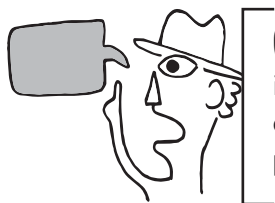


Consideramos la entrevista como un diálogo basado en preguntas y respuestas. Lo mismo que hace fluida y amena una plática en la vida cotidiana, sirve para realizar una entrevista. Dialogar es intercambiar palabras, dar y recibir ideas, interesarse en la opinión del otro. Este diálogo tiene como característica que una persona es quien pregunta siempre y la otra es quien responde.

En la radio buscamos hacer uso de esta herramienta periodística para compartir información con nuestras comunidades, para tener presencia de más voces en nuestra programación, difundir diferentes realidades, para hacer un registro de la historia de nuestra comunidad y cultura, para dar a conocer la vida de diferentes personajes o compartir opiniones de diferentes temáticas. Lo importante es tener claridad qué es lo que buscamos al realizarla.

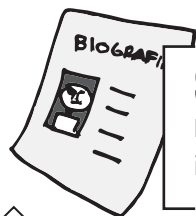
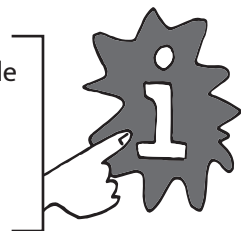
Tipos de entrevista

Sabemos el tipo de entrevista que buscamos realizar a partir de su finalidad. Si queremos puntualizar cierta información de hechos actuales, si queremos conocer más sobre la vida de una persona o si queremos saber lo que piensa y opina la comunidad sobre algún tema en específico. A partir de esto, hay tres formas de clasificar una entrevista:



OPINIÓN: Nos sirve para obtener comentarios o juicios de temas de interés general, como situaciones de la vida cotidiana en la comunidad, o de acontecimientos recientes. En esta entrevista hay más libertad para entablar un diálogo con las personas a las que entrevistemos.

INFORMATIVA: Este tipo de entrevista la utilizamos con la finalidad de obtener datos que sustenten un hecho noticioso (conseguir algún documento o datos para sustentar nuestro contenido, para darle validez o seguir la pista de un acontecimiento).



SEMBLANZA o de PERSONALIDAD:

Es la que nos permite obtener datos biográficos, forma de pensar, intereses y anécdotas de un personaje.

Cómo hacer preguntas

Algunos consejos que podemos compartir para evitar enredarnos al momento de hacer una entrevista es hacer preguntas:

◆ CLARAS:

Hablar con las palabras que siempre utilizamos y tratar de tomar en cuenta el lenguaje que maneja la otra persona.

◆ CORTAS:

Una idea a la vez ayuda a hacer una pregunta corta que será más fácil de responder.

◆ ABIERTAS:

Son aquellas que comienzan por ¿Cómo?, ¿Qué le parece?, ¿Por qué?, ¿Qué opina sobre...? Estas preguntas permiten hablar mas al entrevistado. Las **preguntas cerradas** son aquellas que sólo se pueden responder con un **sí** o con un **no**. (Con estas preguntas apenas habla el entrevistador y el entrevistado se limita a afirmar o negar)

◆ UNA SOLA PREGUNTA CADA VEZ:

No junte dos preguntas ni menos tres en una misma intervención. El entrevistado se confundirá o responderá solamente a una de ellas.



Consejos PARA PREPARAR LA ENTREVISTA

PREPARAR EL TEMA:

Al igual que en el capítulo de la investigación, es más fácil si tenemos nuestro tema lo más acotado posible. Esto nos servirá para ubicar qué tipo de entrevista buscamos, a quién queremos entrevistar y qué información queremos obtener. Si bien no dominamos todos los temas, es importante informarse lo más que se pueda antes de hacer una entrevista, tanto del tema de interés, como aquellos que puedan relacionarse con el tema principal, esto en caso de que la entrevista vaya por otro rumbo no planeado, pero con mucho valor informativo.

PREPARAR EL CUESTIONARIO:

Hacer una guía de preguntas nos ayudará a realizar mejor nuestra entrevista. Te recomendamos ordenar tus preguntas iniciando por las menos importantes (eso ayuda a que se vayan los nervios y si se pierde algo de información al inicio, no será la información con mayor importancia) luego seguir con las de mayor importancia y terminar con aquellas preguntas más abiertas que le permitan al entrevistado compartir información más general que tal vez pueda ser de nuestra utilidad.



Este cuestionario es únicamente una guía que al momento de ser aplicado puede cambiar, no temas salirte del guión. Si nos aparecemos ante el entrevistado con un papel y, en vez de atender a sus respuestas, quedamos pendientes de la pregunta que sigue, el entrevistado se sentirá como rindiendo examen o que no se le está poniendo atención y la entrevista, por más preparación que haya tenido, sonará fría, sin ritmo.

TODO BAJO CONTROL:

Saber conducir una entrevista supone no desviarse del tema ni dejar que el entrevistado lo haga, en caso de que esto suceda es porque es intencional pero siempre hay que regresar al tema de interés. En la práctica

nos encontraremos con entrevistados que apenas si hablan, o aquellos que no se callan, recordemos que es nuestra responsabilidad guiar la entrevista.



EL CIERRE DE LA ENTREVISTA:

Astutamente, hay que deslizar una pequeña señal antes de la última pregunta: **y ya para terminar... finalmente... por último, díganos...** Esto le indica a la persona entrevistada que al ser la última pregunta, también es la última oportunidad para dar su palabra en esa entrevista y puede que nos dé información que se haya escapado en preguntas anteriores. En cuanto a la despedida, que sea tan amable como breve: **muchas gracias.**

Consejos

PARA TOMAR EN CUENTA DURANTE LA ENTREVISTA

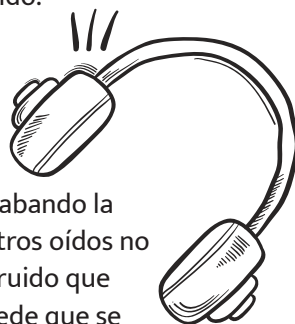
REVISAR EL EQUIPO DE GRABACIÓN Y HACER UNA PRUEBA DE SONIDO.

Baterías cargadas,
memoria con
espacio disponible,
audífonos...

Si se tiene el tiempo, platicar de otro tema con la o el entrevistado y mientras monitorear si entra bien el sonido.

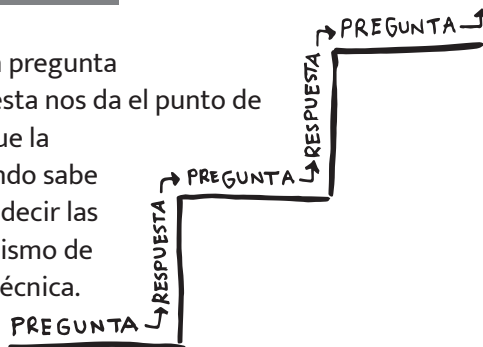
MONITOREAR LA ENTREVISTA.

Es muy importante que monitoreemos cómo se está grabando la entrevista por medio de audífonos. Lo que captan nuestros oídos no es lo mismo que capta el micrófono o la grabadora. Un ruido que parece no ser molesto para nuestras orejas pelonas, puede que se esté grabando de una manera que ensucia nuestra grabación.



ENLAZAR PREGUNTAS Y RESPUESTAS.

Una entrevista se parece a una escalera. Cada pregunta corresponde a un escalón. Cada nueva respuesta nos da el punto de apoyo para subir otro paso. Podemos decir que la habilidad de un periodista se demuestra cuando sabe encontrar en lo que el entrevistado acaba de decir las ideas para hacer su nueva pregunta. El dinamismo de una entrevista surge a partir de aplicar esta técnica.



Para trabajar en la radio

Actividad 1

ESCUCHANDO OTROS ENTREVISTADORES Y ENTREVISTADORAS

- Buscar entrevistas pregrabadas que se hayan hecho en la radio, así como tomar ejemplos de otros medios (si tienen acceso a Internet hay varios medios comunitarios, públicos o comerciales que comparten sus materiales). Escoger unos 4 o 5 que manejen los diferentes tipos de entrevistas. Después escucharlas en colectivo e ir llenando de manera individual el siguiente recuadro:

Programa	Tipo de entrevista	¿Cómo fueron las preguntas? (claras, cortas, enredadas)	De qué tema trataron	Trato del entrevistad@r (pone atención a las respuestas, las enlaza, refleja seguridad...)

ACTIVIDADES

- Este ejercicio les ayudará a ubicar los tipos de entrevista de acuerdo a lo que se busque obtener con ella. De igual manera les servirá para aprender formas diferentes de hacer entrevistas, de cómo hacer preguntas, cómo enlazarlas y cómo tratar a nuestro entrevistado o entrevistada.
- Una variante de esta actividad es que, por parejas o equipos, preparen una guía de preguntas pensando en alguna persona o en algún tema de interés de la comunidad. Después salir y hacer las entrevistas. Una vez realizadas, escucharlas entre todo el colectivo y hacer el ejercicio del recuadro. La idea no es evaluar de mejor a peor, sino ser autocríticos y compartir consejos para mejorar nuestra práctica.

★ PARA TOMAR EN CUENTA EN NUESTRA PRÁCTICA ★

Es muy común que una entrevista sea tanto de opinión como de información, o de semblanza y al mismo tiempo de opinión. No nos cerremos a un sólo tipo de opinión, lo importante es no perder de vista la información que queremos obtener.

Actividad 2

ENTREVISTANDO EN VIVO

A veces no tenemos tiempo de preparar nuestras entrevistas o tenemos muy poca información del tema o de la persona a la que vamos a entrevistar. En este ejercicio, la idea es hacer una entrevista al aire con invitados de los cuales tengamos poca información y pongamos en práctica la habilidad de la improvisación.

ACTIVIDADES

- Una o dos personas de la radio tendrán como responsabilidad buscar a 3 personas que nos apoyen con una entrevista de semblanza, otra informativa y la última de opinión. Ya confirmadas las entrevistas, harán un resumen de no más de media hoja con datos generales de la persona o tema del que van a entrevistar (dependiendo el tipo de entrevista) y se asignarán parejas o equipos por entrevista.
- En parejas o equipos prepararán la entrevista en no más de una hora para que ésta dure al aire no más de 10 minutos. Posterior a esto pasarán a cabina con su entrevistado o entrevistada para hacer el ejercicio en vivo y procurar que dure el tiempo que se acordó, así también forjamos un hábito de cuidar los tiempos (Si bien en las radios comunitarias los tiempos son diferentes a las radios donde cada minuto cuesta mucho dinero, hay que respetar el tiempo de nuestros radioescuchas. Si avisamos al aire que entraremos a las 4:00pm con entrevistas en vivo, hay que cumplir con nuestra palabra).

NOTA

Grabar las entrevistas que se realicen en vivo para el siguiente ejercicio.

★ PARA TOMAR EN CUENTA EN NUESTRA PRÁCTICA ★

Cuando hacemos una entrevista, a veces el entrevistado empieza a hablar de otros temas que no estaban contemplados, si esos otros temas son de interés para otros momentos o sirven como material para otras producciones, sigue grabando y has más preguntas fuera de tu tema, pero recuerda regresar siempre a tu tema principal.

ACTIVIDADES

Actividad 3

LA NOTA

- Con las entrevistas grabadas en el ejercicio 1 y 2, redactar una nota informativa con la estructura vista y resaltando la información más importante. Posteriormente grabarla para difundirla ese mismo día en otros horarios o en los próximos días, dependiendo si la información es de algún hecho actual (lo que implica sacar la información luego luego) o si es de algún tema que no tiene vigencia.

★ PARA TOMAR EN CUENTA EN NUESTRA PRÁCTICA ★

Cuando entrevistamos a alguna persona que sabemos nos va a costar trabajo volver a entrevistar, aprovecha para preguntar de otros temas más allá del que te interesa en ese momento. Esto te ayudará a tener material para otras producciones, notas o programas. Recuerda que una entrevista es un recurso que podemos utilizar de diferentes maneras y en diferentes formatos radiofónicos.



CAPÍTULO

4

Corresponsales comunitarios





Las y los corresponsales son la clave para diversificar las voces y narrativas en los espacios informativos de nuestras radios, pues llevan la noticia directamente desde el lugar de los hechos, ofreciendo una cobertura local, veraz y contextualizada, crucial para informar sobre eventos nacionales e internacionales que de otra forma serían inaccesibles. Aportan profundidad, credibilidad y captan la realidad de las culturas y situaciones en diferentes partes del mundo, enriqueciendo la perspectiva de la audiencia y visibilizando problemáticas específicas.



SER LOS OJOS, OÍDOS DESDE EL CORAZÓN DE LA COMUNIDAD

Las y los corresponsales son quienes cuentan lo que pasa desde el lugar de los hechos, cubriendo historias que a veces los periodistas de la ciudad no ven, aportando una perspectiva local y auténtica, y fortaleciendo el vínculo entre la comunidad y el medio. Gracias a ellas y ellos, las noticias no se quedan sólo en la ciudad, sino que nacen en los pueblos, en el campo, en las montañas y en los barrios.

Un corresponsal comunitario no sólo informa: acompaña, escucha, pregunta y conecta. Ayuda a construir una agenda informativa propia, donde aparecen temas que los medios comerciales casi nunca cuentan: la siembra y la cosecha, las fiestas, las lenguas, el trabajo colectivo, las luchas, las denuncias y la defensa del territorio.



¿Quiénes son y qué hacen?

LAS Y LOS CORRESPONSALES:

- ◆ Están en el terreno viviendo lo que cuentan desde sus culturas propias, con fuentes locales que aumentan la credibilidad y el impacto de la información compartida.
- ◆ Establecen redes de contactos y se sumergen en la cultura, lo que les permite entender mejor los matices y el contexto de los eventos, algo vital para narrativas completas y no superficiales.
- ◆ Ofrecen perspectiva sobre lo que sucede en otras comunidades, regiones o movimientos sociales, conectando a la audiencia con realidades lejanas.
- ◆ Son fundamentales para informar sobre eventos inesperados (climáticos o movilizaciones sociales) y de última hora, transmitiendo información en tiempo real.

SON QUIENES AVISAN CUANDO HAY FIESTA ... PERO TAMBIÉN CUANDO HAY PROBLEMAS, EMERGENCIAS, INJUSTICIAS O MOVILIZACIONES. POR ESO SE DICE QUE SON LOS OJOS Y OÍDOS DE LA RADIO EN LA COMUNIDAD.



Sin tiempo de editar, la noticia no espera

En el trabajo informativo muchas veces no hay tiempo de editar bonito (con todos los elementos del lenguaje radiofónico —música, efectos, varias voces—). En otros tiempos teníamos que: grabar con grabadora, descargar en una computadora con cable, editar mediante un software editor de audio, realizar un guión, grabar preferentemente en una cabina y después hacer un montaje igual en el editor de audio. Esto representa tiempo y equipo que muchas veces ya no tenemos.

Lo más importante es contar lo que está pasando en ese momento, de forma clara y entendible. Hoy el celular es una gran herramienta: con él se puede grabar, entrevistar y mandar audios casi al instante.



Consejos PARA TOMAR EN CUENTA:

Sin importar si tienes tiempo para preparar una nota o no, recuerda que lo que nunca debe faltar en una nota es responder: **¿Qué pasó?** **¿Dónde?** **¿Cuándo?** **¿Cómo?** **¿Por qué?** y **¿Quiénes participan?**

Siempre pensar en la gente, en que el audio sea entendible y la información clara. Si eso está claro, la noticia camina sola.

Recuerden que el detalle de estos pasos los encuentras en el capítulo 2 (La investigación) de esta guía.

La presentación de las colaboraciones en la radio

Hay varias formas de compartir las colaboraciones de los corresponsales en la radio, esto dependerá si la información la presentarán en vivo, o los reportes se envían grabados. En ambas opciones, es importante que se defina alguna estructura mínima que sirva para que la información se comparta de forma ordenada.

EJEMPLO DE NOTICIERO EN VIVO



Locutor: Presenta a la o al corresponsal.

Corresponsal: Saluda a la audiencia del medio y a la conductora o conductor del noticiero.

- Comienza el reporte a modo de informe, respondiendo las preguntas: ¿qué? ¿dónde? Y ¿cuándo?
- Responderá el ¿quién? presentando por su nombre y cargo a la persona entrevistada

L: Agradece la entrevista e inicia con la pregunta del cómo de la información.

C: Da el detalle del cómo se dieron los hechos de lo que está compartiendo.

L: Interrumpe al minuto y medio con la pregunta el ¿por qué?

C: Responde.

L: Interrumpe al minuto y medio con la pregunta ¿qué sigue o que va a pasar?

C: Responde.

L: Agradece nuevamente por la entrevista y pregunta ¿Algo más que quieras agregar?

C: Se despide de la audiencia con algún comentario adicional.

L: Da el nombre del corresponsal y desde dónde nos está compartiendo la información.

Dependiendo de los **acuerdos** tomados en el equipo de tu radio:

- ★ El reporte deberá ser de 3 a 6 minutos (con entrevista).
- ★ Si sólo es crónica, la duración será de 3 a 4 minutos (es decir, que la noticia se da sin entrevista).
- ★ Se puede enlazar vía telefónica en vivo durante el noticiero (el corresponsal deberá estar listo al momento de la llamada con los datos y la persona a entrevistar).
- ★ Se puede también grabar “como si estuviera en vivo” y mandarlo como mensaje al productor del noticiero.
- ★ Si es grabado como “falso vivo”, el productor puede darle una manita de gato a tu audio, cortando intervenciones muy largas, editando errores y corrigiendo volúmenes.



Si el espacio informativo es **pregabado**, pueden incluso tener las colaboraciones de los corresponsales como una sección:

- ★ Si hay alguien más dentro de la radio que pueda presentar esta sección (es decir, una voz más aparte de las o la que conduce el espacio informativo), puede hacer un resumen de los encabezados de todas las notas a presentar y posterior ir presentando cada nota, cada corresponsal y el territorio desde donde comparte la información.
- ★ Si optan por esta opción, es recomendable que las notas duren entre 1 a 2:30 minutos.
- ★ Incluyan de 2 a 4 notas para que la sección no se alargue tanto.
- ★ Usen algún sonido o efecto entre una nota y otra nota para darle más personalidad a la sección y romper con la monotonía de la presentación de las notas.

Para trabajar en la radio

Actividad 1

EL RECORRIDO DE LA NOTICIA



El día de plaza en tu comunidad, recorre las calles observando, escuchando, buscando la noticia. Pon atención a todo lo que pasa a tu alrededor:

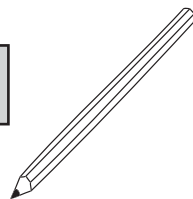
- El precio de las cosas, la venta de productos, la producción de artesanías, algún fruto poco común, la escasez de algún alimento.
- Identifica el tema que más te llame la atención y anota en tu libreta de reportero las respuestas a las preguntas base. Esto es solo para ti, para que tengas el contexto de lo que pasa. Si te faltan respuestas anótalas para preguntarle a tu fuente.
- Identificarás a la persona a quien vas a entrevistar y te acercará. Te presentas con tu nombre y el medio de donde vienes. Comenta brevemente tu interés al realizar la entrevista. No olvides preguntar su nombre, cargo para tener la información al momento de presentarla.
- No expliques de más, ya que puede generar que la persona se cohíba o se confunda.
- Graba el reporte como se indica en el capítulo 3 de esta guía. Recuerda que puedes grabar con grabadora o celular, independientemente del dispositivo, es importante monitorear el audio.
- Ten claro que se deben responder las preguntas básicas de la nota. Las respuestas deben ser breves. Aunque evitamos ser groseros o groseras y no interrumpir, en esta ocasión es importante hacerlo para lograr la información que queremos obtener, pues al ser material para un espacio informativo, el tiempo se acorta.

ACTIVIDADES

- Comparte tu nota con la radio, pero también recuerda que ahora tenemos acceso a redes sociales desde donde podemos compartir información acompañado de videos o imágenes. ¡Anímate a hacerlo!

Actividad 2

MAPA DE CORRESPONSALES



En un rotafolio dibujen un mapa de su comunidad o región.

- Marquen dónde vive cada corresponsal o colaborador/a.
- Anoten qué temas puede cubrir cada quien (campo, mujeres, jóvenes, fiestas, medio ambiente, denuncias).
- Definan cómo harán llegar el material (WhatsApp, una nube en común, por llamada y enlace en vivo)
- Definan cómo se avisarán cuando pase algo que sea emergencia (llamada, mensaje, radio)
- Desde la radio es importante que definan a una persona responsable de ser el enlace de comunicación con la radio, esto ayudará a que la comunicación y la información fluya de mejor manera.

Busquen siempre compartir su información con otras radios de la región para generar una **¡red de corresponsales!**



CAPÍTULO

5

La Seguridad como periodistas



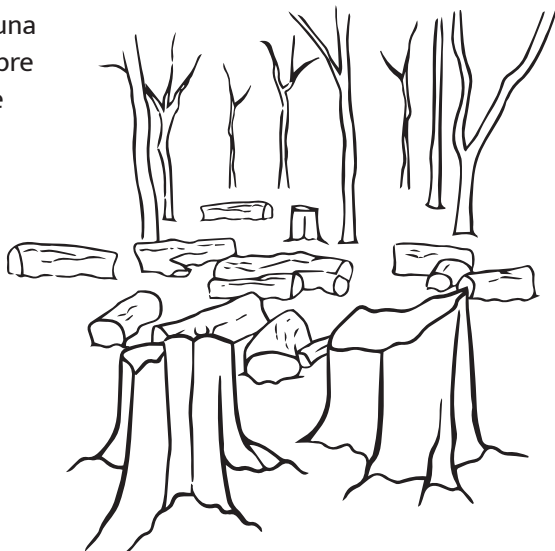
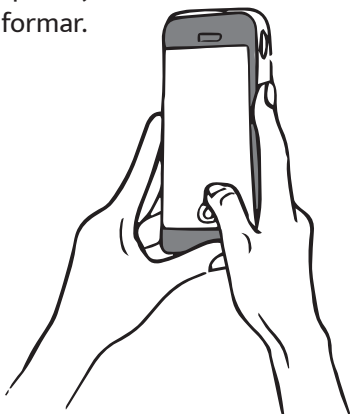


La seguridad, incluida la seguridad digital, es una parte fundamental del trabajo de comunicadoras y comunicadores comunitarios, sobre todo en contextos rurales, indígenas y campesinos. Nuestro trabajo suele tocar temas sensibles como la defensa del territorio, el acceso al agua, los derechos de las mujeres o las decisiones de autoridades locales, y muchas veces lo hacemos desde comunidades pequeñas donde todas y todos se conocen. Cuidar nuestra seguridad física, emocional y digital nos permite seguir informando, organizándonos y alzando la voz sin ponernos en riesgo innecesario ni poner en peligro a nuestras fuentes y a la comunidad.



Pongamos un ejemplo que nos permita mirar los **riesgos** que a veces dejamos de lado:

- Una corresponsal comunitaria comparte en su teléfono fotos y audios sobre un conflicto por la tala ilegal en su comunidad. Al reenviar la información sin cuidado, usando redes sociales abiertas y sin proteger su cuenta, una persona externa identifica su nombre y su ubicación. Días después recibe mensajes intimidantes y presión para que deje de informar.



Este caso muestra cómo algo tan simple como no cuidar la información, las contraseñas o la forma de compartir contenidos, puede generar riesgos reales para la persona comunicadora y para su comunidad. Compartimos algunas herramientas y actividades que recomendamos tomar en cuenta en nuestra práctica comunicativa:

Análisis de contexto



El análisis de contexto nos sirve para comprender mejor qué está pasando actualmente. Un buen análisis requiere de un poco de búsqueda de información y es una buena idea hacerlo en colectivo para completar la información de una persona con la de las demás. Como en el campo, donde muchos elementos influyen para que la siembra termine en buena cosecha, en el análisis de contexto también hay que tomar en cuenta diversos factores como la política, la economía, la cultura etc. para tener un análisis más completo. Otro modo que lo hace un poco más complejo, pero también más preciso, es diferenciar entre la situación a nivel local del nivel estatal, y aparte el nivel nacional e internacional. [Al principio, puede ayudar que participe una persona con experiencia en el método que facilite el análisis.]

Mapeo de actores

Una herramienta que nos ayuda a ubicar mejor a nuestros aliados, pero también a grupos y personas que no están de acuerdo con nosotros, es el mapeo de actores. Esto nos puede servir para ver a quién(es) acudir para buscar apoyo para ciertas actividades (por ejemplo para difusión de nuestro programa o podcast) y al mismo tiempo nos ayuda a prestar más atención a las personas o instituciones que podrían molestarse con nosotros por nuestro trabajo.

Protocolo de seguridad

Para estar preparadas y preparados para una situación que nos pueda afectar en nuestra seguridad, un protocolo de seguridad nos ayuda, pues es un documento en el que se escriben las acciones que el colectivo/medio/organización va a hacer cuando una situación específica está pasando.

Si por ejemplo creemos (o sabemos por experiencia) que un programa de radio puede molestar a ciertas personas de nuestra comunidad, podemos acordar qué hacer cuando empiezan las molestias.

NUESTRO PROTOCOLO DE SEGURIDAD PARA SITUACIONES DE HOSTIGAMIENTO A LA RADIO POR EL CONTENIDO TRANSMITIDO PUEDE CONSISTIR EN:

- Llamar a la coordinación e informar de la situación para que ella/él informe al resto del colectivo.
- Anotar en una libreta o bitácora de incidentes lo que pasó.
- Reportarnos con alguien del colectivo cuando entramos o salimos de la radio en horarios de noche o madrugada.
- Convocar a una reunión para analizar lo que pasó y pensar en siguientes acciones etc.

Es importante que sean **pocos pasos y sencillos a seguir**, pues en una situación de emergencia o estrés va a ser más fácil implementar estos pasos que muchos pasos o acciones más difíciles de realizar.



Bitácora de ¿qué?

Una bitácora de incidentes es una libreta en la que anotamos incidentes de seguridad. ¿Pero qué es eso? Un incidente de seguridad es una situación que está fuera de lo que comúnmente sucede en nuestra radio y que nos puede afectar en nuestra seguridad física o emocional. Esto puede ser la

llamada de algún radioescucha que nos insulta o amenaza, un vehículo estacionado cerca de la radio con personas adentro que nos observan cuando llegamos o salimos, o un correo electrónico o mensajes de texto con amenazas a alguien del colectivo.



EN LA BITÁCORA DE INCIDENTES ANOTAMOS:

¿QUÉ PASÓ?	¿CUÁNDO PASÓ? (DÍA, HORA)	¿DÓNDE PASÓ?	¿A QUIÉN(ES) LE(S) PASÓ?	¿QUIÉN(ES) HIZO/ HICIERON LO QUE PASÓ?	¿QUÉ CONSECUENCIAS HUBO?

Para los periodistas comunitarios, contar con una bitácora de incidentes de seguridad es una herramienta de autoprotección fundamental, especialmente en contextos de alto riesgo como en los que vivimos en varios territorios actualmente en nuestro país.

Seguridad digital

La seguridad digital se refiere al conjunto de herramientas, estrategias y buenos hábitos que utilizamos para proteger nuestra información personal y profesional en el entorno digital. Su objetivo principal es evitar que personas no autorizadas accedan, roben o dañen nuestros datos, dispositivos y cuentas, garantizando que nuestra navegación en internet y el uso de tecnologías sean espacios seguros y privados.



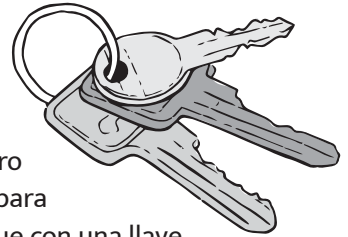
A) COMUNICACIÓN CIFRADA = SEGURA

La comunicación entre nosotros tiene diversas formas. Una de ellas es el envío de mensajes desde nuestro celular a nuestras amigas o en el chat del colectivo. Varios de nosotros usamos mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram, Sinal) pero, ¿cuál es la comunicación más segura?

La comunicación más segura es la que tú tienes con tus contactos y que nadie más sabe qué contenido están compartiendo. Las apps que implementan el método “cifrado de extremo a extremo”, no permiten que alguien más vea el contenido de los mensajes que mandas a tus contactos, entonces son una buena opción. Sin embargo, algunas de estas aplicaciones recolectan por ejemplo información sobre la hora a la que le escribiste a tu amiga, los números de ambos y cuántos mensajes se han enviado. Esta información también es conocida como *Metadatos*. Otras apps respetan más tu privacidad y no coleccionan esta información, por lo que podemos considerarlas aún más seguras.

Hay que tomar en cuenta que las tecnologías y aplicaciones siguen en constante desarrollo, y puede ser que lo que ahora es el canal de comunicación más seguro, tal vez en seis meses o dos años ya no lo sea. Entonces debemos buscar de vez en cuando información actualizada sobre las apps más confiables en comunicación y sus candados de seguridad y privacidad.

B) CONTRASEÑAS SEGURAS



Las contraseñas son nuestras “llaves” para entrar a nuestro correo electrónico, Facebook o Instagram, pero también para desbloquear nuestro celular o la computadora. Al igual que con una llave, perder la contraseña significa perder el acceso a mi cuenta en línea o si alguien consigue copiarla, puede hacerse pasar por mi y entrar a mi cuenta. Hoy en día, los intentos de adivinar contraseñas para entrar a las cuentas de correo o de redes sociales los realiza un software, que es más eficiente y más rápido que una persona. ¡Más vale una buena protección!

PARA PROTEGER NUESTRAS CUENTAS MEJOR, HAY QUE TOMAR EN CUENTA ALGUNAS RECOMENDACIONES PARA LAS CONTRASEÑAS:

- ◆ **Cuanto más larga la contraseña, mejor.** Expertos recomiendan una longitud de 16 a 20 caracteres.
- ◆ **No usar la misma contraseña 2 veces.** Una contraseña única por cuenta, evita que alguien que logró conseguirla, pueda entrar en otras cuentas que tienes.
- ◆ **Mezclar letras mayúsculas con minúsculas con números y caracteres especiales.** *K)=P423*?"100na\$* es mejor que *123456* o *abcdefg*.
- ◆ **Guárdalas bien.** No dejes tus contraseñas donde otras personas puedan verlas. Lo mejor para guardarlas es un programa para contraseñas (por ejemplo KeePassXC, pero hay varias opciones y esto seguramente irá cambiando con el tiempo).

C) AUTENTICACIÓN EN 2 PASOS

Proteger tu cuenta con una buena contraseña, es un buen inicio. Lo que refuerza aún más la seguridad de tus cuentas en línea, es la autenticación en 2 pasos. Si alguna vez has tenido una cuenta en el banco y una tarjeta bancaria para poder retirar dinero, entonces ya has usado el método de la autenticación en 2 pasos.

- 1 El primer paso consiste en algo que sabes, el NIP en el caso del banco o en nuestra situación la contraseña.
 - 2 El segundo paso o factor es algo que te pertenece (la tarjeta bancaria en el ejemplo), y muchas veces es el celular. Un mensaje de confirmación a tu celular de que realmente eres tú quien quiere acceder a esta cuenta de Gmail es este segundo paso que debes confirmar para entrar a este correo.
- ★ Con aplicaciones como *Aegis* o *Google Authenticator* puedes activar la autenticación en 2 pasos en muchas cuentas (incluyendo todas tus redes sociales).

Para trabajar en la radio

Actividad 1

¿CÓMO HACEMOS UN MAPEO DE ACTORES?

Si bien en nuestro capítulo 2 ya hablamos de mapeo de actores para ubicar fuentes de información, acá lo que queremos ubicar son aliados/amigos y al

ACTIVIDADES

mismo tiempo nombres de personas, empresas o instituciones que piensan que la labor de la radio les incomoda o incluso pueden estar en contra.

- En un papelógrafo o pizarrón, escriban el nombre de su colectiva/medio/organización en el centro. Ahora, piensen y discutan en colectivo qué persona(s) u organizaciones son sus aliados/amigos y con una **línea recta** marcan la relación. Luego piensen en otros a quienes incomodan. Escriban sus nombres y tracen una **línea marcada con un rayo** hacia el nombre de su medio.

★ PARA TOMAR EN CUENTA EN NUESTRA PRÁCTICA ★

Recomendamos hacer esta actividad al menos dos veces al año y en momentos de coyuntura como elecciones, o situaciones de conflicto, pues los actores cambian y los riesgos igual.

Actividad 2

CONTRASEÑAS SEGURAS

- De manera individual respondan:
- ◆ ¿Quiénes de la radio o colectivo tienen acceso a las cuentas oficiales de radio?
 - ◆ ¿Cómo administramos nuestras cuentas de correos y redes sociales oficiales? (vinculadas nuestras cuentas personales en el caso de redes sociales)

ACTIVIDADES

◆ ¿Qué tan seguras son todas nuestras contraseñas? (personales y oficiales)

- En plenaria compartan sus respuestas y valoren, de acuerdo con la información de este capítulo, qué tan seguras son sus contraseñas y el uso de sus correos y redes sociales institucionales.
- Valoren si toca decidir formas diferentes de administrar las cuentas de la radio.

★ PARA TOMAR EN CUENTA EN NUESTRA PRÁCTICA ★

Tenemos la costumbre de guardar nuestras contraseñas en los navegadores de las computadoras de la radio o de las computadoras personales para mayor comodidad. Sin embargo, esto nos hace más vulnerables. Terceras personas pueden tener acceso no sólo a nuestro correo que queda abierto, sino a todas nuestras redes sociales que vinculamos a ese correo.

Cuidar la seguridad colectiva, pasa por cuidar primero nuestras prácticas personales, cuidar nuestra forma de uso de los espacios virtuales, aumenta la seguridad colectiva.

NOTA

Si quieren profundizar el tema de seguridad digital, les recomendamos visitar el blog protege.la de SocialTIC. Ahí pueden encontrar más información y guías para una buena práctica de seguridad digital, incluyendo información sobre KeePassXC y la Autenticación en 2 Pasos que aquí mencionamos.



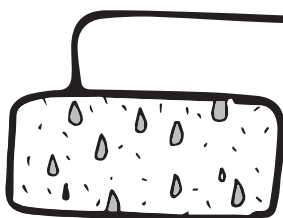
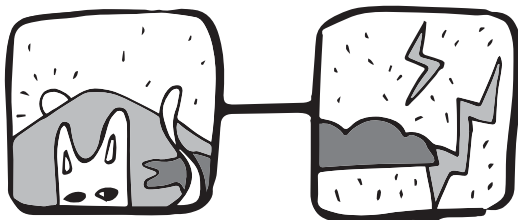
CAPÍTULO

6

La Narrativa en nuestra radio



La narrativa es un género literario que explica o comunica una serie de acontecimientos y situaciones en determinado espacio y tiempo, pudiendo ser ficción o realidad su punto de partida.



La narrativa nos ayuda a hacer más llamativo el contenido de nuestra información.

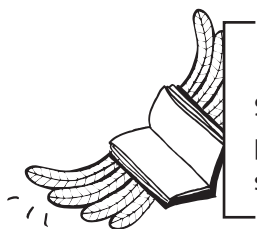
Si lo resumimos, podríamos nombrar a la narrativa como la descripción oral o escrita de algo que pasa.



La narración es un conjunto de momentos que cuentan una historia que le permite a quien nos escucha entender el mensaje que queremos compartir, esto complementado con elementos descriptivos y diálogos entre los personajes.



Algunos tipos de narrativa

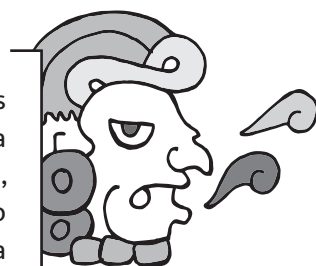


NARRACIÓN LITERARIA:

Se vale de recursos retóricos y literarios para producir textos con un propósito artístico. Básicamente el cuento y la novela son los subgéneros más representativos.

NARRACIÓN HISTÓRICA:

Es la relación de acontecimientos reales, que tuvieron lugar en determinado tiempo, que dan pie a una serie de cambios y transformaciones de orden político, social, económico o militar, cuyas consecuencias se verifican en el transcurso de la historia. La narración histórica, procura tener un punto de vista objetivo y cierto rigor científico, además, suele valerse de recursos tales como las citas y el empleo de un lenguaje especializado.



NARRACIÓN INFORMATIVA:

Su objetivo principal es transmitir o dar a conocer datos, referencias y situaciones en relación a hechos reales. A pesar de ser un género literario, busca construir una narración que evite juicios de valor y opiniones personales, pero con la claridad fundamental de informar al público lo acontecido en un evento. Esta narración la podemos encontrar en textos los periodísticos, educativos o históricos.

Con esta otra manera de informar (la narrativa informativa) recalcamos que el compromiso ético-periodístico es reflejar (sin más) la realidad de la vida, porque si se inventan las noticias entonces estamos haciendo una ficción, y visto desde el periodismo comunitario, un engaño. Al utilizar este tipo de narrativa lo que buscamos es **reflejar la realidad** desde una óptica verdadera y honesta.

Importancia de la narrativa en nuestras radios

Una de las formas ancestrales de compartir el conocimiento y la historia de nuestra sociedad, ha sido a través de la oralidad. De generaciones pasadas, hemos heredado información que alguien más nos ha contado y que constituyen parte de lo que actualmente somos.

En caso de las radios que están en territorios donde se habla alguna lengua originaria, la forma en la que se han transmitido los saberes y conocimientos, ha sido a través de esta oralidad acompañada de una fina descripción de su historia.



Las lenguas originarias se alejan de un lenguaje concreto, es decir, son tan descriptivas, que lo que buscamos con esta invitación de incluir la narrativa como forma de informar en nuestras radios, se vuelve indispensable porque es una forma más de mantener las diferentes formas de compartir información.

Los recursos que proporciona la narrativa enriquecen nuestro trabajo radiofónico, al permitir imaginar la mayor cantidad de situaciones y sentimientos posibles en nuestro público gracias al uso de un lenguaje descriptivo, procurando siempre pensar a quién serán dirigidos nuestros mensajes, tomando en cuenta su edad, sus intereses comunes, gustos musicales, etcétera.

El poder de la descripción en la narrativa

Una de los principales atributos de la radio es la capacidad de despertar imágenes en la mente de nuestros radioescuchas, usando la voz como un pincel que empieza a plasmar imágenes en un lienzo, ese lienzo es la mente, cuerpo y corazón de quien nos escucha.

Recordemos que en el mundo radiofónico hacemos uso del lenguaje radiofónico para transmitir nuestros mensajes, el cual está conformado por la voz,

la música, los sonidos y el silencio; o dicho de una forma más poética, citamos José Ignacio López Vigil, radialista apasionado, quien lo describe así:



LA VOZ DE LA NATURALEZA: todos esos sonidos que la naturaleza produce y nos ayuda a imaginar espacios y lugares. En esta voz también incluimos los efectos.



LA VOZ DEL CORAZÓN: nos referimos a la voz más escuchada en las radios la música, que independientemente sea de nuestro gusto o no, apela siempre a nuestros sentimientos y

nos hace sentir alegría, tristeza, emoción, melancolía, coraje, felicidad, nos hace bailar e incluso reflexionar.



LA VOZ DEL SER HUMANO: la palabra que compartimos con los diferentes tonos, entonaciones y colores de voz.

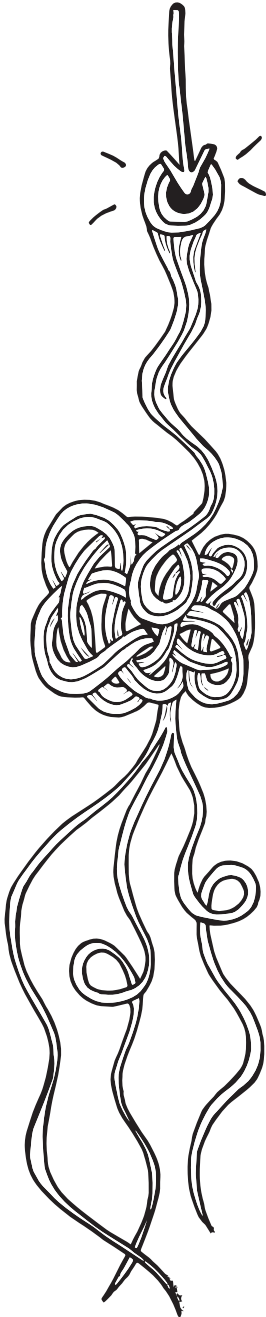


EL SILENCIO: Si bien el silencio es la ausencia de las otras voces, éste también forma parte de ese lenguaje radiofónico que nos permite transmitir un mensaje.

Por lo anterior, utilicemos al máximo nuestras capacidades expresivas para poder transmitir nuestros contenidos de una manera más atractiva y generar un mayor interés en nuestro público, considerando posibilidades infinitas de la imaginación.

El Guion

Una de las herramientas para poder contar historias desde una narrativa con enfoque informativo es el guion, el cual nos permite poner orden a lo que vamos a contar y nos indica en qué momento entra qué voz (tomando en cuenta las voces del lenguaje radiofónico) Al igual que una nota informativa, una narrativa cuenta con un **inicio, un nudo o conflicto y un desenlace.**



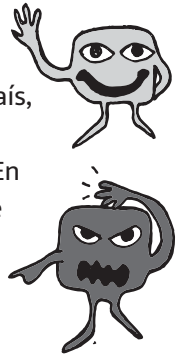
Es importante que antes de escribir el guión tengamos previamente trabajado:

LA HISTORIA.

Tener lo más claro posible el mensaje o lo que queremos contar, para que sea más fácil estructurarla.

LOS PERSONAJES.

Lo que nos ayuda a pensar un personaje y a llevarlo a la radio lo más cercano a la realidad, es imaginar el mayor detalle posible de éste. Por ejemplo: su nombre, edad, género, carácter, si es de una comunidad o de la ciudad, si es de este o de otro país, algo de su historia personal (casada, soltero, estudiante, ama de casa, doctora, campesino, etc) En caso de la narrativa informativa, como partimos de hechos reales, es más fácil este ejercicio porque estaremos hablando de personas con situaciones reales que tal vez conozcamos.



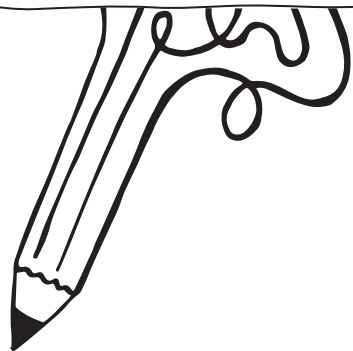
ESTRUCTURA.

Hay diferentes opciones de escribir de manera estructurada el guión, sólo lo olvides tomar en cuenta que en él debe aparecer: los personajes y lo que cada uno de ellos va a decir lo más desarrollado posible. Recordemos que cuando grabamos, muchas veces el guión suele tener varias modificaciones, recuerden ser flexibles con estos cambios en el lenguaje utilizado, siempre y cuando el mensaje inicial no se pierda.

Para trabajar en la radio

Actividad

¡A ESCRIBIR HISTORIAS!



Este ejercicio les permitirá atreverse a imaginar y a perderle el miedo a escribir.

Por parejas o equipos desarrollarán una historia que haya sucedido en su comunidad. Para no inventar la historia les recomendamos:

- Entrevistar previamente a algunas personas de la comunidad sobre algún tema que les permita desarrollar una historia (la historia de la comunidad, de algún ojo de agua, de lo que se come y se siembra en la región, de algún tema de salud o educación, por ejemplo).
- Ubicar hechos recientes que estén pasando en la comunidad y que sean de interés para la comunidad y dramatizar la situación.
- Contar alguna historia personal que pueda servir de inspiración para ser contada desde la técnica narrativa (recordemos que nosotras y nosotros también tenemos historias que contar y compartir).

Antes de escribir, algunos ejercicios para despertar la imaginación pueden ser:

- Escuchar diferentes piezas musicales con diferentes ritmos, diferentes efectos sonoros y diferentes voces que les permitan imaginar momentos, lugares y les despierten sentimientos que los motiven a

ACTIVIDADES



escribir. Es mejor si esto lo hacen de pie, moviendo el cuerpo y caminando en diferentes direcciones en el espacio donde estén reunidos. Si alguien del grupo puede guiarlos con algunas palabras que los motiven a imaginar ¡mejor!

→ Salir de la radio a dar una vuelta sin hablar, sólo observar qué está pasando alrededor y sobre todo cómo se escucha todo su entorno.

Para escribir, no quieran hacerlo de manera ordenada al principio, suelten ideas y vayan escribiéndolas y poco a poco ir acotando las ideas para tener una sola. Posteriormente desarrollen su idea con un inicio, un nudo o conflicto y su desenlace. Recuerden también imaginarse a las personas. Suele suceder que cuando vamos escribiendo la historia, ya vamos imaginando sonidos, lugares y otras situaciones; ¡vayan anotando todo! Esto les permitirá ahorrar tiempo a la hora de grabar y montar su historia con el lenguaje radiofónico.

Una vez teniendo su guión, léanlo a los demás o a alguien más para ver si su mensaje se entiende, modifiquen lo necesario y ahora sí, a la cabina a grabar y editar su historia.

★ PARA TOMAR EN CUENTA EN NUESTRA PRÁCTICA ★



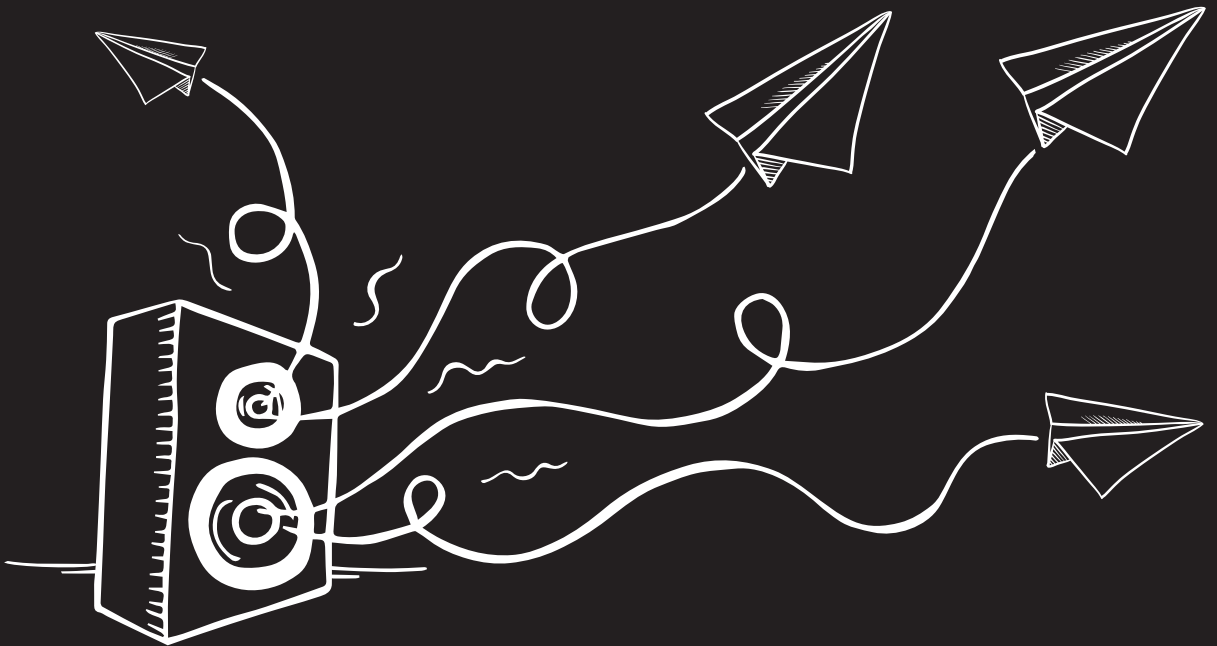
Para ir afinando el oído y seguir propiciando la imaginación en la radio, les recomendamos escuchar constantemente producciones de otras radios para ubicar cómo están haciendo uso del lenguaje radiofónico. Recordemos que escuchar otras radios es un hábito que nos ayudará a que tengamos otras ideas de cómo transmitir nuestros mensajes.



CAPÍTULO

7

La Difusión de contenidos

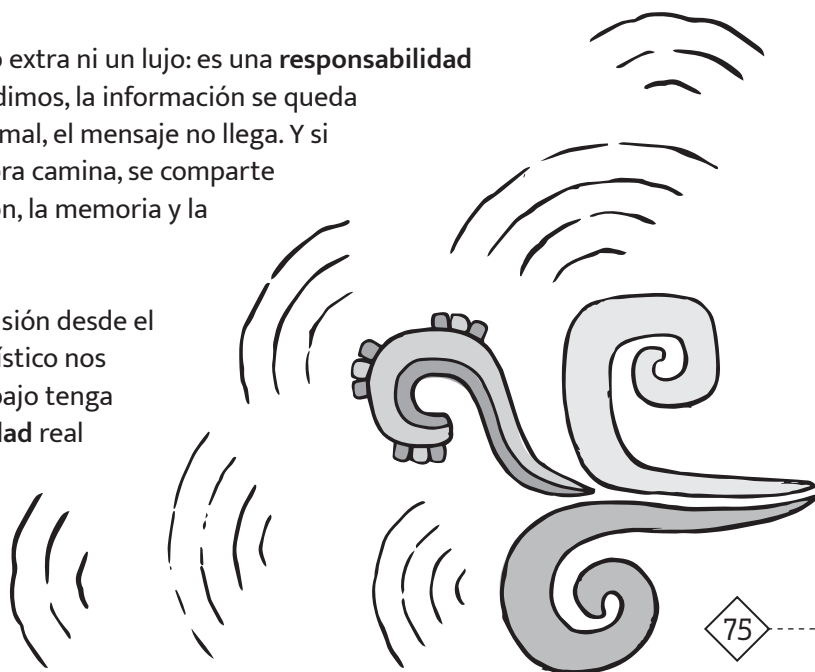


La difusión: parte esencial del trabajo comunitario

Para nosotras y nosotros, la labor periodística comunitaria no termina cuando grabamos una nota, un reportaje o una cápsula de radio. Nuestro trabajo se completa hasta que ese mensaje **llega a las personas correctas**, en el momento adecuado y por los canales que realmente usan en su vida cotidiana. En contextos rurales, indígenas y campesinos, difundir bien la información es tan importante como producirla, porque muchas veces somos **el principal o único medio de comunicación** en nuestras comunidades.

La difusión no es un paso extra ni un lujo: es una **responsabilidad comunitaria**. Si no difundimos, la información se queda guardada. Si difundimos mal, el mensaje no llega. Y si difundimos bien, la palabra camina, se comparte y fortalece la organización, la memoria y la defensa del territorio.

Por eso, pensar en la difusión desde el inicio del proceso periodístico nos ayuda a que nuestro trabajo tenga **sentido, impacto y utilidad** real para la comunidad.



¿A quién queremos llegar?

PENSAR EL PÚBLICO DESDE LA COMUNIDAD

Uno de los primeros pasos para una buena estrategia de difusión es preguntarnos: **¿quiénes van a escuchar este mensaje?** No basta con decir “la comunidad” o “el público en general”. En nuestros territorios convivimos personas con distintas edades,

responsabilidades, lenguas, intereses y tiempos. No es lo mismo comunicar para:

- ◆ personas mayores,
- ◆ mujeres organizadas,
- ◆ jóvenes y juventudes,
- ◆ autoridades comunitarias,
- ◆ niñas y niños,
- ◆ barrios, parajes o comunidades vecinas.



Entre más claro tengamos **quién es nuestro público**, más fácil será decidir **cómo, cuándo y por dónde difundir** nuestros materiales radiofónicos.

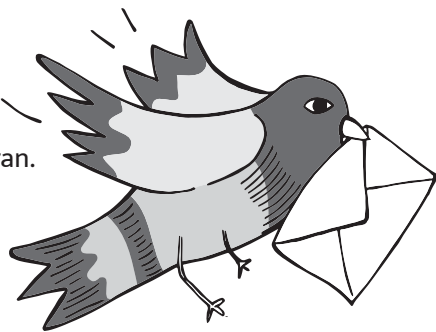
También es importante preguntarnos si la información que producimos **puede servir a otras comunidades o regiones**. Muchas luchas, problemas y experiencias se repiten en distintos territorios, y una buena difusión permite que la información cruce fronteras comunitarias y se convierta en una herramienta colectiva.

¿Qué es una estrategia de difusión?

Una estrategia de difusión es un **plan pensado colectivamente** para que nuestros mensajes lleguen al público deseado y cumplan un objetivo claro. No se trata de difundir por difundir, sino de hacerlo con intención.

Una estrategia de difusión nos puede servir para:

- Dar a conocer un acontecimiento comunitario.
- Visibilizar realidades que otros medios no muestran.
- Fortalecer la organización comunitaria.
- Ejercer presión o exigir respuestas a autoridades.
- Crear conciencia sobre problemas sociales, ambientales o culturales.
- Defender el territorio, la lengua y la identidad.
- Dar a conocer y fortalecer el trabajo de la radio y de quienes lo comunican.



En el periodismo comunitario, la estrategia de difusión se construye con **paciencia, constancia y aprendizaje colectivo**. No siempre sale perfecto a la primera, pero se mejora con la práctica.

Antes de difundir cualquier material, es importante que como colectivo podamos responder, con claridad, a estas preguntas:

¿QUÉ QUEREMOS COMUNICAR?

Es la idea principal del mensaje. Debe ser clara, sencilla y comprensible para quien escucha.

¿PARA QUÉ LO QUEREMOS COMUNICAR?

Aquí definimos el objetivo: informar, convocar, alertar, denunciar, sensibilizar, fortalecer la identidad, entre otros.

¿PARA QUIÉN ES ESTE MENSAJE?

Definir el público de manera específica nos ayuda a elegir el mejor canal y el lenguaje adecuado.

Responder estas preguntas nos evita perder tiempo y esfuerzo, y nos ayuda a que nuestra palabra tenga mayor fuerza.

RECORDEMOS: Más allá de la “noticia”: contar la vida comunitaria. Muchas veces asociamos el periodismo con noticias “serias” o situaciones de conflicto. Sin embargo, en las comunidades siempre están pasando cosas importantes: los oficios, las fiestas, la siembra, la medicina tradicional, la organización de las mujeres, la defensa del agua, la lengua, la memoria.

Como comunicadoras y comunicadores comunitarios, tenemos la tarea de generar interés y cercanía, de contar la vida desde el territorio y de hacer que nuestra audiencia quiera escuchar, reconocerse y participar.

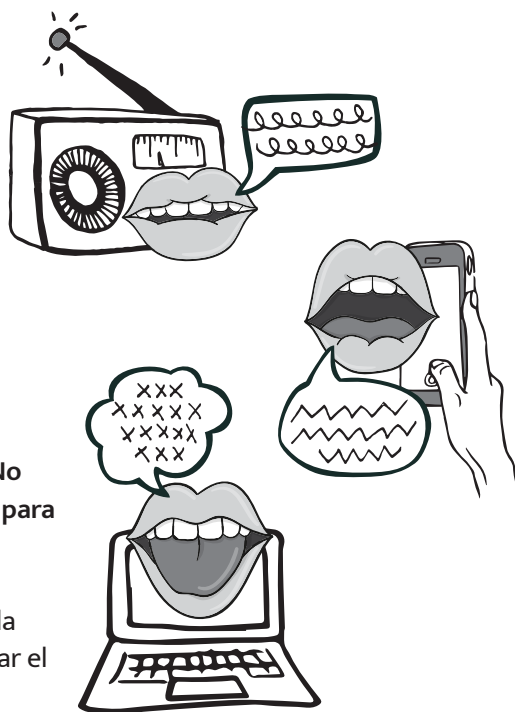


Uso de canales de difusión y su lenguaje

Desde la experiencia de las radios comunitarias, el **audio** es nuestro principal medio: notas informativas, reportajes, cápsulas, entrevistas y programas. Sin embargo, un mismo material puede difundirse por **diferentes canales**, siempre cuidando el lenguaje y el formato.

Algunos canales que podemos usar son:

- ◆ La radio comunitaria local.
- ◆ Radios públicas, comunitarias y ciudadanas de la región.
- ◆ Redes de radios compañeras.
- ◆ Páginas web o blogs.
- ◆ Redes sociales (cuando haya acceso).
- ◆ Mensajes reenviados por teléfono o altavoces comunitarios.



CADA CANAL TIENE SU PROPIO LENGUAJE. No es lo mismo escribir para ser leído que hablar para ser escuchado. En la radio usamos un lenguaje cercano, claro, con ejemplos, repeticiones necesarias y palabras que la gente usa en su vida diaria. Si usamos otros canales, debemos adaptar el mensaje sin perder su esencia.

Es importante recordar que las plataformas digitales requieren **tiempo, constancia y cuidado**. Si decidimos usarlas, debemos organizarnos para alimentarlas, actualizarlas y responder cuando la gente se comunica con la radio.

Recuerden que elegir bien los canales depende del objetivo. No todos los mensajes necesitan difundirse por todos los canales. La elección depende del objetivo y del público.

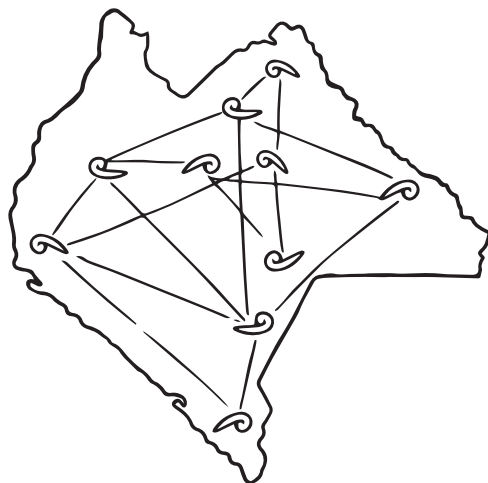
POR EJEMPLO:

- Una nota sobre una fiesta patronal puede difundirse sólo por la radio local.
- Un reportaje sobre la defensa del territorio puede compartirse con otras radios de la región, difundirse en redes sociales y colocarse en una página web para que llegue a más comunidades y organizaciones.

Lo importante es entender que **un solo material radiofónico puede tener mayor impacto** si se piensa estratégicamente su difusión, sin perder de vista el tiempo, la energía y los recursos del colectivo.

Ampliar la difusión fuera de la comunidad

Difundir fuera de la comunidad es una forma de **hacer que nuestra palabra camine más lejos**. No se trata de abandonar lo local, sino de **conectar nuestras realidades con otros territorios**, compartir experiencias, alertar sobre problemáticas comunes y fortalecer las luchas colectivas. Cuando una información sale de la comunidad, puede encontrar eco en otras radios, organizaciones y públicos que enfrentan situaciones similares.



A) USO DE REDES SOCIALES COMO CANALES DE DIFUSIÓN EXTERNA

Las redes sociales pueden ser aliadas importantes para amplificar los contenidos de la radio comunitaria, siempre que las usemos de forma **consciente, estratégica y acorde a nuestras posibilidades reales**. Aquí algunos puntos para tomar en cuenta:



FACEBOOK → En muchos contextos rurales y comunitarios, Facebook sigue siendo la red más utilizada.

¿PARA QUÉ NOS SIRVE?

- ◆ Compartir cápsulas, notas o programas completos en audio.
- ◆ Anunciar horarios de transmisión.
- ◆ Difundir denuncias, convocatorias o comunicados urgentes.
- ◆ Llegar a personas que migraron y ya no viven en la comunidad.

ALCANCES

- ◆ Permite que el contenido se comparta fácilmente.
- ◆ Facilita que otras radios u organizaciones conozcan nuestro trabajo.
- ◆ Puede llegar a otros municipios, estados o incluso a otros países.

LIMITANTES

- ◆ Requiere conexión a internet y datos.
- ◆ El contenido dura poco tiempo visible si no se publica constantemente.
- ◆ No todas las personas usan Facebook ni saben buscar audios largos.

RECOMENDACIÓN: Usar textos cortos, claros y acompañar el audio con una breve explicación: qué es, de dónde viene y por qué es importante escucharlo.



WHATSAPP → Aunque no siempre se reconoce como red social, WhatsApp es uno de los canales más fuertes en contextos comunitarios.

¿PARA QUÉ NOS SIRVE?

- ◆ Compartir audios directamente con personas, colectivos y otras radios.
- ◆ Enviar cápsulas informativas a grupos organizados.
- ◆ Circular información urgente.

ALCANCES

- ◆ Llega de manera directa.
- ◆ El audio se puede reenviar fácilmente.
- ◆ No requiere saber leer mucho.

LIMITANTES

- ◆ No es un espacio público.
- ◆ Depende de redes de confianza.
- ◆ Puede saturarse si se envía demasiada información.

RECOMENDACIÓN: Crear listas o grupos específicos (radios, organizaciones, defensoras, jóvenes) y no saturar con mensajes. Priorizar audios cortos y claros.

OTRAS PLATAFORMAS (SEGÚN POSIBILIDADES):

- **YOUTUBE:** útil para subir programas completos o especiales, aunque requiere más datos.
- **PÁGINAS WEB O BLOGS:** funcionan como archivo de memoria y consulta, pero necesitan mantenimiento.
- **PLATAFORMAS DE AUDIO:** pueden ayudar a que investigadoras, estudiantes y otros medios encuentren el material.

★ PARA TOMAR EN CUENTA EN NUESTRA PRÁCTICA ★

Estar en redes sociales es también pensar en **imágenes y textos** que acompañen nuestro material a difundir. Incluso generar videos ayuda a que nuestra presencia en redes sociales tenga otro impacto. Sin embargo, no es obligatorio usar todas las plataformas. Lo más importante es elegir **las que realmente podemos sostener** como colectivo.

B) ACERCARSE A OTRAS RADIOS PÚBLICAS Y COMUNITARIAS

Las alianzas entre radios son una de las **formas más fuertes y solidarias de difusión** en el periodismo comunitario. Compartir contenidos entre radios permite que una historia local se escuche en muchos territorios.

Cuando una nota, reportaje o cápsula se transmite en otras radios:

- ◆ La problemática local se vuelve regional o nacional.
- ◆ Se rompen los silencios y el aislamiento.
- ◆ Se fortalece la defensa del territorio y los derechos.
- ◆ Se genera acompañamiento y solidaridad.
- ◆ Se construye memoria colectiva desde los pueblos.



Por ejemplo, un reportaje sobre la defensa del agua en una comunidad puede servir a otras comunidades que enfrentan la misma amenaza. Al difundirse en distintas radios, la información se convierte en **una herramienta de organización y denuncia colectiva**.

¿CÓMO PODEMOS ACERCARNOS A OTRAS RADIOS?

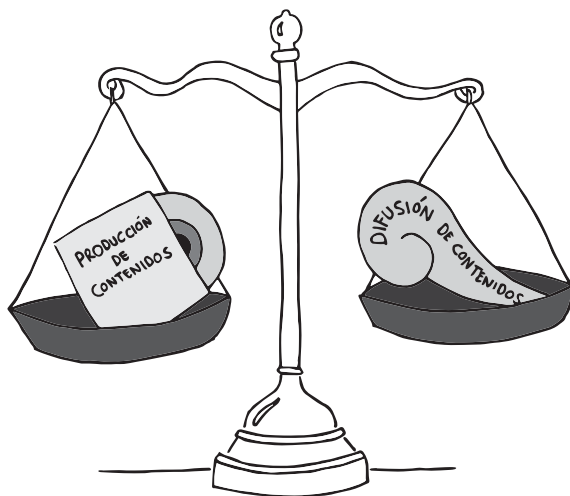
Reconocer las radios cercanas es una gran oportunidad para compartir nuestros contenidos. Esto lo podemos conseguir haciendo un mapeo sencillo ubicando otras radios comunitarias, radios públicas, estatales o universitarias y también colectivos de comunicación popular que difunden contenidos.

El primer contacto puede ser con una llamada telefónica o un mensaje en mensajería instantánea, escribirles a través de sus redes sociales o correo electrónico para que nos pasen algún contacto más directo. Si nos es posible, **una visita presencial es lo más recomendable** (o una videollamada también funciona), pues así presentamos también nuestro proyecto comunicativo en general y se pueden generar otras alianzas.

★ PARA TOMAR EN CUENTA EN NUESTRA PRÁCTICA ★

Cuando compartes material (por ejemplo un audio), no olvides incluir: nombre de la radio y comunidad, duración del material, tema o sinopsis y la autorización para su transmisión. También recomendamos proponer intercambios más allá de los envíos de notas, se pueden intercambiar cápsulas, series, campañas e incluso coproducir contenidos, esto sin duda enriquece nuestra barra programática y muestra nuestras alianzas que fortalecen la credibilidad de nuestro medio.

En los colectivos comunitarios, muchas veces somos pocas personas y tenemos poco tiempo. Por eso es importante preguntarnos: ¿producimos muchos contenidos que casi no se difunden, o producimos menos, pero los difundimos mejor? **Asignar tiempo específico para la difusión, nombrar responsables y planear de manera realista** es parte de una estrategia sana y sostenible para la radio comunitaria.



Difundir más lejos no significa cambiar nuestra forma de comunicar ni dejar de hablar desde el territorio. Al contrario, significa **llevar nuestra palabra, nuestra lengua y nuestra mirada** a otros espacios.

La clave está en:

- ◆ Mantener el lenguaje claro y cercano.
- ◆ Respetar los tiempos y capacidades del colectivo.
- ◆ Cuidar la seguridad y la información sensible.
- ◆ Fortalecer las redes de comunicación entre pueblos.

Cuando la difusión se piensa como un trabajo colectivo y solidario, la radio comunitaria deja de estar sola y se convierte en parte de una **red viva de comunicación**.

Para trabajar en la radio

Actividad 1

ORGANIZANDO NUESTRA LABOR DE DIFUSIÓN

→ En el colectivo respondan las preguntas base de una estrategia en la siguiente matriz:

¿QUÉ QUEREMOS COMUNICAR?	¿PARA QUÉ?	¿PARA QUIÉN?
Mensajes claves que queremos hacer llegar	Los objetivos	Definir nuestro público lo más detallado posible

→ Posteriormente, en la siguiente matriz describan con el mayor detalle posible:

¿Qué tenemos que trabajar para lograr los objetivos?

¿Qué necesitamos? y

¿Quiénes serán los y las encargadas para que esto suceda?

ACTIVIDADES

OBJETIVOS	ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN	ACTIVIDADES	TAREAS Y RESPONSABILIDADES	INSUMOS Y RECURSOS
↓	↓	↓	↓	↓
Son los objetivos que escribimos en la primera matriz	Es el qué queremos comunicar	Escribir todas las actividades necesarias lo más detallado posible	Nombres de quiénes serían las y los encargados por actividad	Equipo de cómputo, cámara fotográfica, internet, grabadoras de audio, dinero

Esta actividad les servirá para tener claridad de todas las actividades que se requieren para llevar a cabo su labor de difusión y nombrar a responsables para realizarlas, así como integrar estas actividades en las tareas constantes del colectivo. A veces sucede que queremos hacer muchas cosas, pero no contamos con las manos suficientes para llevarlo a cabo e incluso vemos que nos hacen falta ciertos materiales o recursos económicos. Medir nuestras posibilidades es también parte de una buena estrategia.

ACTIVIDADES

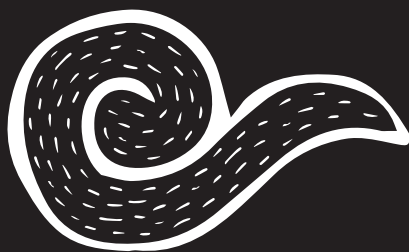
Actividad 2

REUTILIZAR MATERIALES PARA AMPLIAR EL ALCANCE

- Tomen una cápsula o nota ya producida.
- Piensen colectivamente cómo puede difundirse de al menos **tres formas distintas**, por ejemplo:
 - ◆ Transmitirla varias veces en distintos horarios.
 - ◆ Compartirla con radios aliadas.
 - ◆ Extraer un fragmento corto para redes o mensajes de audio.
- Evalúen después:
 - ◆ ¿A quiénes llegó?
 - ◆ ¿Qué comentarios o reacciones hubo?
 - ◆ ¿Qué se puede mejorar para la próxima difusión?

Esta actividad fortalece la creatividad, el trabajo en equipo y el aprovechamiento de los materiales ya producidos.





A manera de cierre

(SIN SER EL FINAL...)



Llegar al final de esta guía no significa terminar el camino. Al contrario, es una invitación a **poner en práctica, cuestionar, adaptar y transformar** lo que aquí se comparte. El periodismo comunitario no se aprende sólo leyendo: se aprende caminando la comunidad, escuchando a las personas mayores, dialogando con las juventudes, equivocándose y volviendo a intentar.

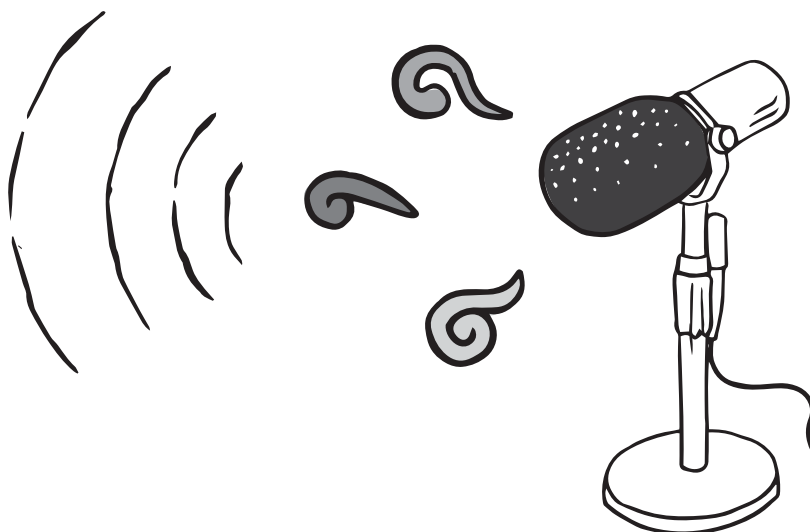
Este manual es el resultado de 25 años de trabajo colectivo de resistencias compartidas y de aprendizajes contruidos en red. Refleja una forma de hacer comunicación que apuesta por la **inclusión, la crítica, la reflexión constante y el cuidado entre quienes comunican**. También deja claro que no hay recetas únicas: cada comunidad tiene su propio ritmo, su historia y sus formas de contar.

Los contextos rurales, indígenas y comunitarios enfrentan retos cada vez más complejos, pero también poseen una enorme fuerza organizativa y creativa. En ese escenario, la comunicación

comunitaria sigue siendo una herramienta poderosa para fortalecer identidades, defender derechos, cuidar el territorio y tejer comunidad.

Este texto queda abierto, como lo está la comunicación misma. **Seguirá cambiando y evolucionando**, alimentándose de nuevas experiencias, tecnologías y luchas. La invitación es a hacerlo suyo, a discutirlo en colectivo, a adaptarlo a su realidad y a sumar nuevas páginas desde la práctica cotidiana.

Que este texto sea un punto de encuentro, una guía flexible y un recordatorio de que comunicar desde la comunidad es un acto de compromiso, memoria y esperanza. Porque mientras haya historias que contar y comunidades organizadas, el periodismo comunitario seguirá vivo.



Bibliografía

Centro de Educación y Comunicación para Comunicadores y Pueblos Indígenas (2017) *Manual para el trabajo informativo con enfoque de género e interculturalidad de las reporteras populares*. Bolivia. CECOP

González Darder Javier, Motos Teruel Tomás, Tejedo Torrent Francisco (1995) *Expresión escrita o estrategias para la escritura*, México. Alhambra Longman.

López Vigil, José I. (2014) *Manual Urgente para Radialistas Apasionados* (2ª ed.) México. Pez en el árbol.

Red de Comunicadoras y Comunicadores Boca de Polen (2019) *Historias Sonorizadas, una guía de producción para narrarnos desde la comunicación comunitaria*. Red de Comunicadores Boca de Polen

Red de Comunicadores Boca de Polen A.C (2013) *Manual del radialista comunitario*. México. Red de Comunicadores Boca de Polen A.C

Rincón Omar (2006) *Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. España. Gedisa.

Este Manual de Periodismo Comunitario nace desde la experiencia colectiva que la Red de Comunicadoras y Comunicadores Boca de Polen ha caminado durante **25 años**, junto con comunidades rurales, indígenas, populares y movimientos sociales. No es un texto hecho desde la teoría, sino desde la práctica cotidiana de comunicar, escuchar y organizarse en contextos donde la palabra tiene fuerza y sentido comunitario.

Aquí encontrarás aprendizajes de lo que nos ha funcionado al generar información desde las comunidades pensando en un lenguaje radiofónico; herramientas de cómo hacer entrevistas, cómo ser reporteros comunitarios o cómo cuidar nuestra labor en contextos de riesgo. También compartimos reflexiones construidas en red en el quehacer comunicativo, pensadas especialmente para **periodistas, comunicadoras y comunicadores comunitarios**. Es una invitación a informar con ética, mirada crítica e inclusión, reconociendo los saberes locales y las voces que históricamente han sido invisibilizadas pero que buscan incansablemente hacer eco.

Este manual no pretende decirlo todo ni tener respuestas únicas. Al contrario, busca **provocar preguntas, abrir diálogos y fortalecer el trabajo colectivo**. Está hecho para leerse en grupo, discutirse en la radio, en un salón de clase, en la asamblea o en el territorio mismo donde la palabra resuena.

Léelo, úsalo, adáptalo y también cuestionalo. Este es un texto vivo, que seguirá cambiando como cambian las comunidades, las organizaciones, los colectivos y la comunicación misma. Hazlo tuyo y súmate a la construcción de un periodismo comunitario que informe, cuide y transforme.