

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**El humor en la producción televisiva y digital sustentado en
la investigación periodística. Análisis de su aplicación en
Ecuador**

Proyecto de investigación

Thalia Noboa Lamar

Periodismo Multimedios

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Periodismo

Quito, 16 de diciembre de 2015

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

El humor en la producción televisiva y digital sustentado en la investigación periodística. Análisis de su aplicación en Ecuador.

Thalia Noboa Lamar

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Paúl Mena E., M.A.

Firma del profesor

Quito, 16 de diciembre de 2015

Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Thalia Noboa Lamar

Código: 00107791

Cédula de Identidad: 1714648316

Lugar y fecha: Quito, 16 de diciembre de 2015

DEDICATORIA

A mis padres, Teresa Lamar y Edgar Neira, que con sus vidas me han obsequiado el ejemplo de la tenacidad y la disciplina.

A Luciana Musello y Sofía Andrade, por la palabra y el sosiego.

Al recuerdo de mi padre Francisco Noboa Dueñas.

Y, por supuesto, a los entusiastas.

AGRADECIMIENTOS

A todos quienes colaboraron en el desarrollo de este proyecto con su tiempo, una idea, una palabra, un dólar y una cámara. Profesores, entrevistados, familiares, pareja, amigos, conocidos y extraños. Todos. Absolutamente todos.

RESUMEN

El periodismo ofrece una amplia gama de géneros cuyas delimitaciones se desdibujan con facilidad. La oferta fluctúa entre dos polos diametralmente opuestos: el *hardnews* – o la noticia per sé - y la opinión. Con los fenómenos tecnológicos y globales, el marco de operatividad al cual cada género es confinado, es cada vez más laxo. El público, además, exige nuevas propuestas.

El periodismo, ahora, se conjuga con áreas antes impensables; gestando híbridos cuyos límites son aún más inciertos. El periodismo que emplea humor, o viceversa, constituye uno de ellos. Este trabajo, compuesto por un texto académico y dos productos periodísticos, analiza y explora esta posibilidad.

La investigación académica se sustenta en la definición tradicional de esta profesión, catalogando a propuestas de humor informativo – el programa *Last Week Tonight*, por ejemplo- como un acto o gesto periodístico, mas no como un nuevo género propio de la contemporaneidad.

Con el desarrollo de los productos esta noción se vuelve obsoleta. El periodismo de humor es factible.

Palabras clave: periodismo, humor, sátira, Internet, Last Week Tonight, opinión, La Avena Cómica.

ABSTRACT

Journalism offers a wide range of genres whose limitations are blurred easily. The offer ranges from two diametrically opposite poles: the hardnews and opinion. With technological and global phenomena the operation area to which is genre is confines is even looser. The public also requires new proposals.

Journalism is now combined with previously unthinkable areas; brewing hybrid formats whose boundaries are even more uncertain. Journalism that employs humor, or vice versa, is one of them. This work, consisting of an academic text and two communicational products, analyzes and explores this possibility.

The academic research is based on the traditional definition of the profession, cataloging proposals informative mood - the Last Week Tonight program, for example as a journalistic act or gesture, but not a new genre.

With the development of these products this notion turns obsolete. It is feasible to develop a humorous journalism.

Key Words: journalism, humor, satire, Last Week Tonight, opinion, La Avena Cómica.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	9
Abstract.....	10
Introducción.....	11
Géneros periodísticos: de la información a la risa.....	13
Humor para la opinión y los hechos.....	17
El humor y la sátira, ¿nevos géneros periodísticos?	19
Last Week Tonight: el periodismo en servicio de la comedia	21
Oliver reproducido en Ecuador, posibilidades legales en la Internet	27
Conclusiones	32
Referencias bibliográficas.....	35
Anexos	37
Resumen formato 1	44
Guión La Avena Cómica	45
Fotogramas La Aven Cómica.....	46
Resumen formato 2	50
Copia fotográfica.....	51

RESUMEN

El periodismo presenta un amplio espectro de géneros que pretenden responder a diferentes estilos, interpretaciones y propósitos. El ejercicio periodístico, pues, ofrece una serie de formatos que tienen como polos extremos la noticia y el editorial. Éste último también se ramifica en una variedad de estilos y tonos en los que la sátira encuentra espacio e incluso se la concibe como un género propio de la contemporaneidad. No obstante, los principios del ejercicio cómico y periodístico figuran contradicciones que pueden ser aplacadas a título de la información y el servicio a la ciudadanía en programaciones como *Last Week Tonight*. A través del análisis de esta producción, se evalúa la posibilidad legal de extrapolar las características de este formato en el contexto ecuatoriano.

Palabras clave: sátira, periodismo, humor, opinión, géneros periodísticos, John Oliver, *Last Week Tonight*, Internet.

ABSTRACT

Journalism has a wide spectrum of genres that aim to respond to different styles, interpretations and purposes. Journalism, therefore, offers many formats that have as extreme poles hardnews and editorial. Editorial also branches in a variety of styles and tones in which satire is even conceived as a contemporary genre. However, the principles of journalism and comedy display contradictions that can be placated by means of information and public service with programs such as Last Week Tonight. With this analysis, the legal possibility of extrapolating the characteristics of this format in the Ecuadorian context is evaluated.

Keywords: satire, journalism, humor, opinion, journalistic genres, John Oliver, Last Week Tonight, Internet.

INTRODUCCIÓN

“[V]er programas de comedia política estimula el aprendizaje, especialmente entre la población joven” (Fieldman & Young 2006 en Entman, 2009, p. 115). En efecto, los programas de sátira política, cuyo guión está fundamentado en la investigación periodística, son aquellos que alcanzan altos niveles de rating en televisión y reproducción en la web. *Last Week Tonight*, por ejemplo, es un programa semanal emitido por la HBO que tiene una audiencia televisiva de alrededor de un millón de espectadores (Mena, 2015) y determinados episodios superan los nueve millones de reproducciones en *YouTube*. Consecuentemente, los videos colgados en la Internet obtienen un sinnúmero de comentarios; y avivan la discusión y el interés por la información tratada.

El 8 de febrero del presente año, el conductor y comediante John Oliver dedicó unos minutos de su programa semanal, *Last Week Tonight*, para satirizar la inflexible posición del jefe de Estado ecuatoriano sobre los ciudadanos y medios de comunicación nacionales que han sido críticos con él. La transmisión de este segmento, fundamentado en el comentario y el *fact checking*, causó gran impacto en Ecuador, donde se produjeron discusiones, análisis y más críticas. El panorama nacional, donde el ejercicio de la comunicación, el periodismo y la opinión están delimitados por un nuevo marco legal, ninguna producción ha causado tanto impacto como el segmento de Oliver.

La trayectoria del humor y la sátira en Ecuador es extensa. En la cronología de ésta constan varios personajes y programas como ‘El Toque del Miche’, ‘La Kombi’, ‘Vele vele’ y

entre otros de carácter más *light* como 'NO-Noticias'. Sin embargo, ninguno de ellos se acerca la rigurosidad periodística que demanda el programa de Oliver. Por esta razón, es importante encontrar y proponer nuevos formatos que renueven la transmisión de noticias, que atraigan a nuevas audiencias y continúen fomentando la discusión entre la ciudadanía, sin que éstos prescindan de la rigurosidad de la investigación. Ahora, frente a este fenómeno de gran éxito, como lo es *Last Week Tonight*, es necesario hacer una distinción entre la labor periodística y la comedia (sátira), siendo estos oficios independientes en algunos casos, e interdependientes en otros.

Géneros periodísticos: de la información a la risa

“[E]l periodismo es siempre indagación y búsqueda. Pero constituye también una especialidad” (Santoro, 2004, p.17). El ejercicio de esta profesión responde a una serie de géneros que fluctúan en un espectro de matices informativos, “desde la interpretación selectiva de lo que ha pasado (noticias), hasta la interpretación que trata de desentrañar el significado y trascendencia de estas mismas noticias (comentario editorial)” (Palacio, 1984, p. 99). Entre estos dos pilares, se levantan una diversidad de géneros “que van desde lo más cercano a la objetividad e imparcialidad a lo subjetivo” (Reyes, entrevista personal, abril 18, 2015).

Ahora bien, sin importar la variedad de géneros, el periodismo presenta un motor de acción: “el mensaje” (Velásquez, C. et. Al, 2005, p. 7). Pues los hechos, por muy importantes que sean para el desarrollo y estabilidad de la comunidad, requieren ser difundidos para trascender la esfera privada y, por tanto, para ser analizados y debatidos entre los distintos miembros sociales. De esta manera, el derecho a la información es ejercido en el conjunto de la sociedad que, consecuentemente, genera diálogos influyentes en las decisiones tanto personales como colectivas. “El puente que enlaza a los hechos con la sociedad es justamente el mensaje y la tarea principal de todo periodista es elaborar mensajes claros, verdaderos, atractivos y oportunos” (Velásquez, et. al, 2005, p. 7).

De ahí, la importancia y la variedad de los géneros periodísticos para la exitosa transmisión del mensaje. El periodista conoce y se apropia de los fundamentos teóricos y

desarrollos prácticos de cada género, optando por un estilo, potenciando su desempeño para alcanzar el objetivo de informar, entretener u orientar. Siempre sustentado en el los hechos, por supuesto (Reyes, entrevista personal, abril 18, 2015).

En el libro “Géneros de opinión”, Juan Gutiérrez Palacio sostiene que cada género periodístico responde a un estilo determinado. El reportaje, la noticia y la crónica, por ejemplo, están sujetos a una condición informativa; mientras que el artículo o el comentario, que competen al género de opinión, a un estilo de sollicitación. Los géneros literarios, híbridos con el periodismo, pero “no necesariamente periodísticos”, corresponden a un estilo “ameno” y entre ellos, se encuentra el humor (1984, p. 106).

Por estos motivos, “la interpretación de la realidad se abre en los géneros periodísticos” en el que todos los formatos suponen interpretación, desde la noticia al editorial, pero interpretación “en diversos grados y por distintos medios” (Palacio, 1984, p. 99). Por esto, Xavier Reyes, profesor universitario y periodista del diario El Universo, sostiene que los principios básicos y tradicionales del periodismo, como la imparcialidad o la neutralidad, “en cierto sentido no están ahí, no existen y, sin embargo, nosotros [periodistas] tenemos que tender hacia esos principios. Es como el horizonte al que nosotros apuntamos para lograr un trabajo de mayor calidad” (Entrevista personal, abril 18, 2015). Frente a estos principios, el periodismo de opinión parecería una contradicción (Reyes, entrevista personal, abril 18, 2015).

Los productos del género de opinión no tienen la finalidad, rigurosamente informativa, de transmitir datos, sino ideas (Gutiérrez, 1984). Las opiniones son producto de una elección entre alternativas (Santamaría, 1990, pp. 47-48) y deben ser explicadas con otros hechos sociales (Durkheim en Davies, 2011). Por este motivo, el periodismo de opinión pertenece a la esfera de lo subjetivo, del comentario, del juicio y la interpretación sustentada en los antecedentes y el análisis de un hecho. Su fuerza probatoria evidencia que hay otra instancia en la vida individual y colectiva en la que se busca conocer qué piensan otros sobre determinado acontecimiento (Reyes, entrevista personal, abril 18, 2015).

Martín Domínguez, productor y socio fundador del canal web Enchufe Tv infiere que la difusión de opiniones es sustancial en este tiempo de saturación informativa:

“Estamos en una era donde no queremos que se nos boten datos, sino queremos que se nos de contexto. Entonces la opinión es básicamente la mejor herramienta para dar ese contexto porque tiene ya un discurso; y tú teniendo uno y varios discursos a disposición, puedes ya forjar una opinión propia y más educada sobre algo, a que estuvieras perdido en un mar de datos” (Entrevista personal, abril 20, 2015).

Entre todas las derivaciones del género de opinión, el humor es un elemento que empata con las características de éste y constituye un estilo del mismo. Un individuo, pues, debe procesar mentalmente información, jugar con ideas y palabras de una manera creativa y, por tanto, generar expresiones y/o acciones ingeniosas y cómicas (Martin, 2007, p. 6). Por

esta razón, el humor y todas sus derivaciones temáticas y de formato, como la sátira política son también subjetivos (Bavers, 2011). Bajo esta orientación “encierra una manera de decir, explicar describir y opinar acerca de los fenómenos sociales” (Ulloa, 2008, p. 75).

Consecuentemente, las similitudes del humor con la opinión se entrelazan en expresiones de carácter informativo, aparentemente opuestas y ajenas al periodismo.

“Hay maneras de expresar la opinión y hay maneras de expresar el periodismo en general (...) Aparece el humor y ahí nos preguntamos: ¿cómo el humor puede representar un género periodístico, si mas bien está alterando la realidad? Entonces, ahí la línea divisoria si es que eso es puramente opinión o periodismo ya se difumina. Sin embargo hay algo que nos jala a los periodistas y son los hechos. Si nosotros hacemos humor, sea en caricaturas o en programas como el de Oliver... Si [los] usamos como materia prima hechos verificables, los tratamos en el discurso y los ponemos a disposición del público, para que la gente entienda ese hecho mejor o tenga un criterio más amplio o más crítico frente a esa realidad... Si nosotros lo ponemos ahí en términos de humor, ES VIABLE. Yo creo que es viable” (Xavier Reyes, entrevista personal, abril 18, 2015).

Humor para la opinión y los hechos

El conocimiento y el sustento sobre hechos puntuales, que hablan a través del humor, implican un trabajo de investigación y contextualización. El caricaturista ecuatoriano Xavier Bonilla, quien no se ha definido como periodista, argumenta que “al menos en mi caso, yo siempre parto de un hecho, de una noticia que haya sido comprobada o incluso que está en proceso de investigación también, porque acompaña el momento periodístico” (Entrevista personal, marzo 20, 2015).

Al igual que otros géneros del periodismo, el tratamiento del humor debe incorporar un sustento informativo y, con él fomentar en las audiencias valores como la proximidad y la consonancia – valores culturales compartidos- en un campo tan vasto que se extiende desde el costumbrismo a la política (Ulloa, 2008). Esteban Jaramillo, comediante ecuatoriano de *stand-up*, conocido como “El Ave”, expone que, la información y los hechos “son importantísimos en el humor político” y, si bien responde a eventos coyunturales de gran especificidad, es trascendente encontrar la universalidad en ellos. Quino, por ejemplo, “llega a un nivel de genialidad que es atemporal. Está ahí, el humor político se coge de lo coyuntural, pero puede llegar a eso: a la universalidad, de quién está arriba, quién está abajo, qué estamos haciendo mal, el poder...” (Entrevista personal, abril 10, 2015). El argumento del comediante es afín al planteamiento del periodista Tomás Eloy Martínez, quien sostiene que el periodismo “es un instrumento para pensar, para crear (...)” (Santoro, 2004, p. 23). Un instrumento que, además, cumple la función de foro público para la ciudadanía (Kovacj & Rosentiel, 1998).

El humor, periodístico y político, al ser manifestaciones irreverentes, creativas, agradables y generalmente masivas, tienen una gran acogida en las audiencias, “ya que logra lo que muchos editoriales, análisis académicos y espacios de opinión no pueden (Ulloa, 2008, p. 73). Esto explica porqué ver programas de comedia política estimula el aprendizaje, especialmente entre la población joven (Entman, 2009, p. 115). En efecto, Christoph Baumann, director y actor de teatro, especializado en la tragicomedia, aduce que el humor “es una gran vía de transporte de datos e información, en general”; forma de expresión sin la cual un segmento de la audiencia desconocería determinadas cuestiones. “La hace [a la información] mucho más digerible para la gente que puede presentar reticencia” (Domínguez, entrevista personal, abril 20, 2015). Bajo este mismo orden de ideas, Orlando Herrera, productor y guionista del canal web Enchufe TV, expone que el humor “es la mejor manera de decir verdades sin decirlas” (Entrevista personal, abril 20, 2015).

Siguiendo esta línea, el humor también es empleado como mecanismo de crítica y persuasión en época de conflicto. La académica Staci Bavers, por ejemplo, argumenta que la influencia del programa de comedia noticiosa, “The Daily Show”, del estadounidense Jon Stewart, ha cosechado gran éxito y ha capturado una audiencia crítica a nivel nacional con sus argumentos risibles (2011). Cuando el humor y el periodismo se juntan en un mismo proyecto, “[son] efica[ces], tanto en el mensaje como su efecto, pues describe las situaciones y recurre a comparaciones y símiles” que desembocan en la risa (Ulloa, 2008, p. 75). El humor, consecuentemente, genera una conexión entre la audiencia, el mensaje y el emisor a través del gozo (Bavers, 2011).

El humor y la sátira, ¿nuevos géneros periodísticos?

Por todos los motivos expuestos anteriormente, además de los fenómenos globales propios de la contemporaneidad -que no competen a este estudio-, se plantea la posibilidad de nuevos géneros periodísticos; híbridos entre determinadas pautas y géneros de la profesión y otros canales de expresión, como el humor.

Ahora bien, ¿acaso el respaldo noticioso de la sátira implica una nueva práctica periodística? El periodismo de opinión, como fue mencionado, también se sustenta en el humor para la exposición de argumentos y la transmisión de un mensaje puntual. No obstante, las expresiones satíricas, introducidas en la práctica del periodismo son opuestas en muchas formas. *“Good journalism has many boundaries; satire few. Good journalism practices proportionality and decorum; satire spits on them. Good journalism appeals to reason; satire tweaks the funny bone”* (Clark, 2015, par. 5). Con ello, Roy Clark delimita las diferencias entre la órbita del humor y el periodismo, que si bien pueden conjugarse, sus principios no son los mismos. Miguel Ángel Bastenier, periodista hispano-colombiano, argumenta que la sátira está amparada por la libertad de expresión; sin embargo quien *“crea que eso es buen periodismo de opinión se equivoca gravemente”* (Ética Segura, 2015).

El dramaturgo ecuatoriano, Luis Miguel Campos, concuerda con esta noción; pues infiere que en la línea de producción de programas de corte noticioso y cómico, prevalece el humor sobre el periodismo, en beneficio del ridículo y la risa.

“Estos cómicos no emiten noticias. Es todo lo contrario, ellos buscan la noticia, para de esa noticia hacer burla, chiste, sátira... Y es importantísima esta diferencia, porque esto quiere decir que ellos buscan la noticia que se presta para ser chistosa. No es que de cualquier cosa vas a agarrar y hacer chiste. No, porque el humor no va por ahí. El humor siempre busca lo que le da facilidad para hacer chiste, por ejemplo el ridículo” (Entrevista personal, abril 23, 2015).

Múltiples académicos, comediantes, periodistas y medios de comunicación han planteado una posición frente a este fenómeno. Algunos advierten el éxito y el alcance del ‘periodismo de humor’ y/o el ‘periodismo satírico’. Otros, en cambio, deslindan los preceptos básicos de ambas prácticas que se conjugan en producciones con propósitos puntuales. Frente a las elucubraciones sociales, John Oliver aduce en una entrevista para el New York Times sobre la naturaleza informativa del programa, reafirmando su rol de comediante, mas no de periodista:

“We are making jokes about the news and sometimes we need to research things deeply to understand them, but it’s always in service of a joke. If you make jokes about animals, that does not make you a zoologist. We certainly hold ourselves to a high standard and fact-check everything, but the correct term for what we do is ‘comedy’” (Carr, 2014, par. 20).

***Last Week Tonight* : el periodismo en servicio de la comedia**

Por siete meses consecutivos (desde el 27 de abril hasta el 9 de noviembre del 2014) HBO difundió por su canal televisivo y digital en *YouTube*, un episodio semanal de la primera temporada del programa *Last Week Tonight*, acumulando más seguidores cada semana a través del entretenimiento informativo. Los veinticuatro episodios de la primera temporada están divididos en sesenta y cinco videos individuales en la lista de reproducción de HBO en *YouTube*, desglosados en seis segmentos de diversa duración y formato: investigaciones especiales (de larga duración), entrevistas a personajes de gran influencia, reportes y críticas de corta duración, evaluación de fechas y prácticas conmemorativas, análisis de sistemas laborales, y una valoración del comportamiento de líderes mundiales.

Si bien las categorías de la programación se distinguen por los temas del contenido, el común denominador de éstas es el sustento informativo, la investigación y el *fact-checking*. Del total de los sesenta y cinco videos de la programación, a penas el 3% (2 videos) carece totalmente de argumentos informativos. Estas producciones, no obstante, son de carácter lúdico, para el entretimiento, o promocional del siguiente episodio. No pretenden ser reportes de índole informativa. *Cookie Monster's Ideas* (video 1), por ejemplo es un video promocional del programa, y *Home Depot's Commercial* (video 2) responde a lineamientos publicitarios. En cambio, el 97% (63 videos) presenta un sustento informativo veraz, pues éste se apoya en instrumentos básicos de investigación, como documentos oficiales, estadísticas, entrevistas, material de archivo, monitoreo de redes digitales y la consulta de múltiples fuentes.

En efecto, el 53% del universo (35/65 videos) emplea cifras y estadísticas como sustento informativo; el 86% (56/65 videos) se respalda en material de archivo; el 27.6% (18/65 videos) evidencia monitoreo de redes; el 46.15% (30/65 videos) sustenta los argumentos con documentos oficiales; el 84.6% (55/65 videos) se elabora con varias fuentes; el 41.5% (27/65 videos) cita entrevistas realizadas por otros medios; y el 4.6% (3/65 videos) presenta entrevistas realizadas en el programa; sin contar que este porcentaje no incluye en segmento de entrevistas a personajes de influencia y, por tanto, la producción del segmento prescinde de esta herramienta – de incluirlos la cifra sería 12.3%- (Ver anexos).

De estas herramientas, aquellas de menor uso son las entrevistas realizadas en el set de programa, y las entrevistas citadas de otros medios. Esto, sin embargo, no significa que la producción descuide la recopilación de datos. Pues, cada episodio responde a las necesidades informativas sujetas a cada tema. *Wealth Gap*, por ejemplo, es un reporte que informa sobre el amplio rango de disparidad económica entre los sectores sociales estadounidenses; motivo por el que la cobertura se sustenta principalmente en estadísticas, documentos oficiales y material de archivo, mas no en el monitoreo de redes digitales o entrevistas.

El periodista Daniel Santoro, expone en su libro “Técnicas de investigación”, que para este género “es fundamental la elección acertada de un tema, no solo en términos de importancia periodística, sino de su factibilidad” (2004, p. 200). El empleo de estas herramientas de investigación suponen producciones realizables. Además, los resultados del

estudio cuantitativo apuntan que sesenta y tres de sesenta y cinco de episodios del programa evaluado presentan respaldo informativo y, por ende, temas cuya investigación se puede ejecutar dentro del contexto institucional, legal y social estadounidense. Asimismo, la “factibilidad” se conjuga con la presentación de la información. John Oliver ha demostrado que domina el lenguaje periodístico para desglosar el cúmulo de datos recopilados para cada episodio; caso contrario el programa no hubiera alcanzado el éxito mundial. Los reportes semanales de *Last Week Tonight* reflejan la consulta múltiples fuentes y expone material de diversos formatos para “armar un relato que contenga tensión dramática”, contrario a las transcripciones largas y aburridas de las que pretende escapar (Santoro, 2004).

Los reportes de mayor impacto en la audiencia son aquellos de larga duración, cuya escala de reproducción fluctúa aproximadamente entre los 5. 000. 000 y 9. 500.00 de veces en *YouTube*. La popularidad de este segmento de videos yace sobre la carga satírica del guión, sustentada en información veraz y útil para la audiencia. Las producciones informativas de los especiales (reportes de 11- 17 minutos), emplearon al menos cuatro de las siete herramientas de investigación periodística mencionadas anteriormente (Ver anexo 1), desarrollando las bases de un guión cuya carga informativa se equipara a la de entretenimiento. Programas de esta índole empatan con la noción del periodista ecuatoriano Xavier Reyes, quien sostiene que “es posible tener un periodismo de opinión irónico y sarcástico, siempre y cuando tenga los pies bien sentados sobre los hechos noticiosos” (Entrevista personal, abril 18, 2015).

El académico Paul Glack, que estudia medios masivos y fenómenos comunicacionales, aduce que John Oliver y su equipo tienen una misión subversiva fundada e inspirada en la sátira. *"I think the humor is there to serve the story."* (Glack en Steinberg, 2014, par. 12); o, al contrario, el periodismo, y las herramientas de investigación propias de la profesión, están a servicio del humor. Pues, el show descompone temas de entramado complejo y de gran relevancia social, económica y política gracias a los datos recopilados. Los capítulos tratan temas como la discusión de la pena de muerte en Estados Unidos, el manejo del almacenamiento y control de armamento nuclear en este mismo país, el uso bélico de *drones* como estrategia del combate anti-terrorista o las deudas que adquieren los estudiantes estadounidenses por su formación universitaria. También, denuncia actos de corrupción policial (episodio *Civil Forfeiture*), injusticias amparadas con impedimentos burocráticos (episodio *Translators*), persecuciones a grupos LGBTI (episodio *Uganda and Pepe Julian*) o acontecimientos de gran controversia como el racismo hacia los grupos afrodescendientes en Estados Unidos (episodio *Ferguson, MO & Police Militarization*). En la naturaleza temática de estas noticias y en el tratamiento periodístico de las mismas, prima la formalidad. Oliver, empero, desglosa estos tópicos, característicos por su seriedad, y los reevalúa desde una óptica cómica, atractiva para el público no especializado.

La investigación periodística también se caracteriza por superar los obstáculos que presente alguna esfera de poder, para mantener oculta determinada información (Santoro, 2004). En efecto, *Last Week Tonight*, emite reportes que exhiben casos de corrupción, mal manejo de recursos estatales, relaciones de interés económico y político en detrimento de la ciudadanía, celebridades que abusan de su imagen para promocionar productos nocivos,

atropellos de la fuerza policial, discriminación, impedimentos burocráticos, entre tantos otros temas. El episodio *Translators*, por ejemplo, además de ofrecer risas y entretenimiento, comunica una crítica sobre las políticas migratorias estadounidenses frente a los árabes, que en servicio del ejército norteamericano, son perseguidos por grupos fundamentalistas -cabe recalcar que para el desarrollo de este capítulo se emplearon las siete herramientas de investigación periodística (Ver anexo 1)-. Estos episodios retransmiten información que se busca encubrir; información que concierne al interés público y cuya publicación constituye un servicio para la sociedad, entablados indispensables en el periodismo de investigación (Santoro, 2004).

Estas nociones empatan con las reflexiones de la psicóloga Christie Davies: "*Jokes play with the forbidden. The fabric of the unmentionables is briefly revealed*" (2011, p. 3), sobre las cuales Christoph Baumann, director y actor de teatro, elabora sus propios argumentos. Él asegura que un programa humorístico bien sustentado puede inducir a la audiencia a una profunda reflexión. "Nuestra meta es tocar el nervio de la sociedad con cuestiones incómodas, con cuestiones que están escondidas debajo de la superficie, porque ese es nuestro papel de descubrirlas, develarlas, poner el dedo en la llaga"; noción que se extrapola en el programa de Oliver. "[E]s preciso (...) Él reprocessa los datos que todos tenemos y que de pronto no hemos visto y los pone de una forma que te ríes y te mata de las iras a la vez, de tal injusticia" (Entrevista personal, abril 18, 2015).

Ahora, el entrenamiento se conjuga con el objeto de ofrecer un servicio a la comunidad. Y, el servicio que ofrece *Last Week Tonight* a la audiencia trasciende de la

reflexión a la participación activa, gesto de vital importancia para el periodismo (Kovaj & Rosentiel, 1998). En el episodio *Sugar*, por ejemplo, el presentador sugiere a la audiencia que demande a las empresas de alimentos publicar la cantidad de azúcar que contienen sus productos, con el *hashtag* #ShowUsYourPeanuts; *peanuts* en relación a los 5gr de azúcar que contiene cada uno de estos dulces. El capítulo *Supreme Court*, por ejemplo, informa el acceso negado a la prensa durante las discusiones de la Corte Suprema, pero ésta le otorga grabaciones de audio sobre las cuales los medios de comunicación grafican con dibujos “aburridos”, que pierden el interés de la ciudadanía (Oliver, octubre 19, 2014). Debido a la importancia de los temas discutidos en la Corte, Oliver y el resto del equipo de *Last Week Tonight* produce una simulación gráfica de estas reuniones oficiales con mascotas caninas. El video emite el audio completo de la sesión de una manera placentera y humorística para el beneficio de la población, sirviendo así a la ciudadanía e incentivándola a tomar acción con la información otorgada.

Otros episodios, en cambio, constan de la invitación especial de artistas de la cultura popular americana, como la banda *Righ Said Fred*, compositores de la canción *I’m Too Sexy*; y cantautor de la canción *Say Something* (Ver anexo 2). Los *performances* de los artistas contribuyeron con la ilación de hechos y la narrativa del guión, pero su contribución no trascendió del entretenimiento. No obstante, la transmisión de estos capítulos no aplaca la relevancia informativa ni social del programa en general.

Ahora, dada la universalidad de la risa, los instrumentos de investigación y las técnicas de grabación, este método podría ser exportado para una producción en Ecuador y

reformulado dentro del contexto nacional. Pero, esta posible aplicación presenta un reparo: el marco legal y político del país, diametralmente opuesto sobre el que se desarrolla *Last Week Tonight*.

Oliver reproducido en Ecuador, posibilidades legales en la Internet

El humor, enmarcado dentro del cuadro de la libertad de expresión, la opinión y el periodismo, presenta muchas variables por considerar. Miguel Ángel Bastenier, periodista hispano-colombiano, asevera que la moral y las buenas costumbres de cada publicación determinan sus propios límites; y éstos, a la vez, están sujetos a los términos legales contemplados en el ordenamiento jurídico de cada país (2015). En el sistema ecuatoriano, las terminaciones sobre la difusión y creación de contenidos están determinados por la Ley Orgánica de Comunicación (L.O.C.) en varios artículos, mismos que podrían ser aplicados para la regulación de contenidos humorísticos.

Primero, cabe recalcar el derecho sobre el cual el ejercicio periodístico, de opinión y humor se apoyan: la libertad de expresión. Éste se encuentra tipificado en el art. 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos y protege la libertad de difundir e intercambiar información y expresiones sin limitaciones de frontera o medios. Considerado como uno de los principios básicos de la democracia, la libertad de expresión es inherente a los deberes y derechos cívicos de la ciudadanía. Éste, sin embargo, “no es un derecho absoluto”, como sostiene la abogada Daniela Salazar. “[L]a libertad de expresión tiene límites y un límite absolutamente legítimo, reconocido en todos los tratados internacionales es la prohibición

de cualquier discurso que incite a la violencia (...) Eso está contemplado en la Constitución [ecuatoriana], está en los tratados internacionales y está en la Ley Orgánica de Comunicación también” (Entrevista personal, marzo 4, 2015).

En efecto, la L.O.C. contempla dichos límites en los artículos 62 y 67 (Anexo 7). Sin embargo, Juan Pablo Albán, abogado ecuatoriano y ex candidato para la Relatoría Especial designada para la libertad de expresión, en la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), expone que la producción de contenidos de corte humorístico también son susceptibles a otras normas de la L.O.C., “que son difíciles de especificar (...) por la pobre técnica legislativa, es decir la forma de redacción de las normas pero, además la intención muy clara [que tiene] el poder ejecutivo. (...) Hay muchas disposiciones peligrosas” (Entrevista personal, abril 14, 2015).

Estas disposiciones, empero, demandan su cumplimiento exclusivamente a medios de comunicación social, que prestan un servicio público de comunicación masiva a través de plataformas impresas, digitales, televisivas y radiales (art. 5). El art. 4 de la Ley y el art. 2 del Reglamento contemplan que los contenidos personales en Internet, difundidos a través de redes sociales, u otras plataformas de distribución de contenidos, están excluidos del control legislativo. Es decir, el usuario particular de YouTube, Wordpress u otra red, no constituye un medio de comunicación digital; contrario a Plan V o Guayaquil City (Albán, entrevista personal, abril 14, 2015).

Por esto, la producción de contenidos humorísticos podría encontrar un espacio en la Internet, característica por su naturaleza abierta y descentralizada. Gracias al alcance humano sin precedentes y las barreras de entrada relativamente bajas de esta plataforma, el concepto del derecho a difundir información e ideas alcanza un nuevo significado en la era de la web 2.0 (Bertoni, 2012). No obstante, la regulación de contenidos digitales estará sujeta a las disposiciones del contexto nacional sobre la neutralidad en la red. Esto incluye “la no discriminación de contenidos, la garantía de no bloqueo y la libertad de uso de dispositivos” (Bertoni, 2012, p. 31).

Juan Pablo Albán expone la posibilidad aprobatoria de un cuerpo normativo que “básicamente supri[me] la idea de la neutralidad en la red. La ley nueva a lo que está apuntando es una especie de censura inicial, a un mecanismo de control a través de los particulares que son responsables de estos servicios, sea la provisión de contenidos o la provisión de Internet. Y, que básicamente la censura no tenga que hacerla el poder público, sino mas bien que tengan que hacerla los particulares [proveedores de servicios de distribución de contenidos y/o proveedores de Internet] (...) La ley les va a dar una herramienta para que ellos puedan retirar ese contenido ” (Entrevista personal, abril 14, 2015).

Frente a este panorama, las garantías de difusión web de una producción humorística en Ecuador son inciertas y reducen las posibles plataformas de difusión. No obstante, los medios como YouTube, Blogger, Wordpress, Twitter, Facebook, SoundCloud, Vimeo, Vevo, entre tantas otras, también están suscritas a los términos de uso, que constituyen un

mecanismo de protección para el usuario (Albán, entrevista personal, abril 14, 2015). La tendencia internacional, expone Juan Pablo Albán, es permitir la intervención de terceros para el bloqueo de ciertos contenidos, en especial aquellos de índole difamatoria (2015), tipificados también en la L.O.C. (Código deontológico, art. 10). “Los instrumentos internacionales de derechos humanos también reconocen que es permisible restringir la libertad de expresión para cumplir con otros interés legítimos, incluyendo el respeto al honor de otra persona” (Bertoni, 2012. p. 316). La difamación civil, en cambio, constituye una excepción. Pues, los jueces deberán exigir a los litigantes que “prueben la existencia de ‘real malicia’, que es un estándar difícil de cumplir por los demandantes” (Bertoni, 2012, p. 261); y por ende, complejo de cuantificar en las sanciones administrativas.

Las empresas proveedoras, por otra parte, deberán considerar ciertos parámetros tanto en sentido técnico como jurídico, en cuanto a las disposiciones de censura. En estricto sentido, el único material que se puede limitar debe ser calificado expresamente como un discurso de odio. Para ello, deben incitar explícitamente a actos de violencia, con una indicación de tiempo, lugar y modo; caso contrario no se debería restringir el comunicado y las empresas estarían expuestas a la responsabilidad ulterior. (Albán, entrevista personal, abril 14, 2015).

A pesar de los preceptos legales de carácter general sobre la neutralidad en la red, no existe una definición unívoca en las leyes alrededor del mundo (Bertoni, 2012). Por tanto, las disposiciones nacionales son todavía difusas y, las futuras garantías para las producciones digitales de corte humorístico, aún más inciertas, pero no lejanas. “Todavía no conocemos

cuál va a ser el alcance en la aplicación de estas nuevas disposiciones que suprimen la neutralidad. Seguramente tendríamos que esperar un par de meses” (Albán, entrevista personal, abril 14, 2015).

CONCLUSIONES

El carácter abierto y ecléctico de la tecnología, y los fenómenos globales difuminan parcialmente los límites de las áreas que se conjugan a título de la expresión y la información, creando nuevas fórmulas y presentaciones. Los preceptos tradicionales del periodismo y la investigación se moldean a servicio de nuevos híbridos que responden a las necesidades de cada audiencia y época, mas no se desechan ni se ignoran en nombre de la contemporaneidad. Al contrario, la rigurosidad informativa y la veracidad constituyen el cimiento de presentaciones innovadoras, cautivantes y de gran utilidad para la ciudadanía. Tal es el caso del programa *Last Week Tonight*.

En efecto, los géneros periodísticos cumplen el propósito de presentar los acontecimientos y sus múltiples aristas desde diversas ópticas, que permiten la construcción de una visión holística del mismo. Por tanto, los diferentes géneros, entre ellos la opinión – apartado evaluado en este estudio- se adaptan a diferentes estilos afines con las preferencias individuales de cada receptor, sin apartarse del objetivo principal de informar e invitar a la reflexión y a la participación pública.

La subjetividad del humor y la sátira empata con el género de opinión, mas no necesariamente constituyen un nuevo género del periodismo. Sus principios básicos: el entretenimiento –independiente de la fuente de risa- y la información son opuestos en múltiples formas. No obstante, pueden articularse y servir a un mismo propósito. Roy Clark, columnista del portal estadounidense *The Poynter*, sostiene que la sátira y el periodismo

pertenecen a órbitas contrarias por múltiples razones, entre ellas: sus propios límites (2014). La sátira, por un lado, no encuentra fronteras para el ridículo y la risa. El periodismo, por otro, se rige sobre la base de normas éticas, vela por la ciudadanía y apela a la razón del público.

Last Week Tonight, sin embargo, constituye un espacio intermediario entre las dos. Pues, el potencial y el éxito del programa se establecen sobre el valor informativo y satírico de los reportes. De los sesenta y cinco videos de la primera temporada, difundidos en el canal de HBO y el programa, sesenta y tres están respaldados por argumentos de gran valor informativo; y a penas dos videos carecen totalmente de sustento. Éstos, sin embargo, no pretenden transmitir dato alguno más que la promoción del programa y una marca publicitaria.

Si bien áreas, aparentemente antagónicas, se conjugan en una producción moderna de gran valor social e informativo – que además ofrece un foro público para la ciudadanía - ésta no es una elaboración expresamente periodística. El mismo presentador, John Oliver lo declaró en una entrevista para un medio estadounidense (Carr, 2014). Por tanto, la comedia del programa mantiene sus principios y propósitos elementales, pero su elaboración puede constituir también un acto *de periodismo*. En efecto, la producción de los episodios se sostiene de la información recopilada por instrumentos investigativos, propios de esta profesión.

La formulación de entrevistas, datos y estadísticas, el material de archivo, el monitoreo de redes, el uso de documentos oficiales y entre otros, son instrumentos esenciales de la investigación periodística que se han adaptado a las necesidades de consumo de formatos y la índole temática de la noticia. Por tanto, el ejercicio y las herramientas de esta profesión pueden estar a servicio del humor y viceversa; formulando así nuevas estrategias de gran impacto y agrado que benefician a la ciudadanía e impulsan su participación en la sociedad.

Ahora, dada la universalidad de la risa y el uso de las herramientas mencionadas, este modelo podría aplicarse en otras geografías y medios. En Ecuador, no obstante, el clima político, social y jurídico no es el mismo que del estadounidense; partiendo de las disposiciones legales sobre la neutralidad en la web, el periodismo y la comunicación. Por un lado, las disposiciones impartidas por la Ley Orgánica de Comunicación propalan una atmósfera susceptible y sancionatoria para determinadas producciones. No obstante, una producción nacional de este estilo puede encontrar espacio y determinadas garantías en plataformas de distribución de contenido en la red (YouTube, Vimeo, Vevo, WordPress, SoundCloud, redes sociales, entre otras) de acuerdo al Reglamento de la misma Ley. Sin embargo, la laxitud de los conceptos delineados en la L.O.C. y la futura aprobación de un instrumento legal que controle la neutralidad en la Internet, dibuja un panorama todavía incierto para esta aspiración en Ecuador.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albán, J (2015, abril 14). Entrevista personal.

Baumann, C. (2015, abril 18). Entrevista personal.

Bavers, L. (2011, abril). *Getting Political Science in on the Joke: Using “The Daily Show” and Other Comedy to Teach Politics*. *Political Science and Politics* (4) No. 2; pp. 415-419.

Beajoun, A. (2013, enero 16). *Comedy and media news: Not necessarily incompatible*. Poynter. Recuperado el 26 de marzo del 2015 en: <http://www.poynter.org/news/mediawire/200879/comedy-and-media-news-not-necessarily-incompatible/>

Bertoni, E. (2012). *Hacia un Internet libre de censura*. Universidad de Palermo. CELE: Buenos Aires.

Bertoni, E. (2012). *Internet y derechos humanos. Aportes para la discusión en América Latina*. Universidad de Palermo. CELE: Buenos Aires.

Bonilla, X. (2015, marzo 20). Entrevista personal.

Campos, L. (2015, abril 23). Entrevista personal.

Carr, D. (2014, noviembre 16). *John Oliver’s Complicates Fun Connects for HBO*. *New York Times*. Recuperado el 24 de abril del 2015 en: http://www.nytimes.com/2014/11/17/business/media/john-olivers-complicated-fun-connects-for-hbo.html?_r=0

Clark, R. (2015, enero 8). *Satire’s conflicting kinship with journalism*. Poynter. Recuperado el 27 de marzo del 2015 en: <http://www.poynter.org/how-tos/story-analysis/311159/satires-conflicting-kinship-with-journalism/>

Davies, C, (2011). *Jokes and Targets*. Indiana: Bloomington and Indianapolis.

Domínguez, M. (2015, abril 20). Entrevista personal.

Entman, R. (2009). *Improving Newspapers’ Economic Prospects by Augmenting Their Contributions to Democracy*. *International Journal of Press/Politics*. Recuperado el 12 de febrero del 2015 en: <http://hij.sagepub.com/content/15/1/104.full.pdf+html>

- Ética Segura (2015, enero). *La libertad de expresión amparaba a Charlie Hebdo y ese es un bien supremo: Bastenier*. Recuperado el 26 de marzo del 2015 en: <http://eticasegura.fnpi.org/2015/01/09/la-libertad-de-expresion-amparaba-charlie-hebdo-y-ese-es-un-bien-supremo-bastenier/>
- Gutiérrez, J (1984). *Periodismo de Opinión*. La realidad y los géneros periodísticos, pp. 99-123 *Periodismo Político y de Opinión*, I semestre '14-'15. Profesor Alejandro Querejeta.
- Herrera, O. (2015, abril 20). Entrevista personal.
- Jaramillo, E. (2015, abril 10). Entrevista personal.
- Ley Orgánica de Comunicación (2013, junio 25) Secretaría para la Comunicación e Información.
- Ponce, L. (2015, abril 14). Entrevista personal.
- Reyes, X. (2015, abril 18). Entrevista personal.
- Salazar, D. (2015, marzo 4). Entrevista personal.
- Santamaría, L. (1990). *El comentario periodístico, los géneros persuasivos*. Madrid: Editorial Paraninfo.
- Santoro, D. (2004). *Técnicas para la investigación periodística*. Buenos Aires.
- Steinberg, B. (2014, julio 1). *How John Oliver and HBO Shatters Tv's Comedy Format*. Recuperado el 25 de abril del 2015 en: <http://variety.com/2014/tv/news/how-john-oliver-and-hbo-shattered-tvs-comedy-news-format-1201257084/>
- Ulloa, C. (2008, diciembre). *Un arma de contrapoder: Humor político y medios*. Chasqui (104), pp. 72-77. Quito: CIESPAL.
- Viñachi, F. (2015, abril 10). Entrevista personal.

ANEXOS

Anexo 1.-

LAST WEEK TONIGHT 1era TEMPORADA ESPECIALES (11- 17 MIN)							
Episodio	Cifras	Archivo	Ent. citada	Ent. Personal	Redes	Doc. Of.	Va. fuent
Death Penalty 4 mayo							
Net Neutrality 1 jun							
FIFA World Cup 8 jun							
Dr. Oz and Nutritional Supplements							
Uganda: Pepe Julian Onziema 29 jun							
Wealth Gap 13 jul							
Prison 20 jul							
Nuclear Weapons 27 jul							
Native Advertising 3 agosto							
Predatory Lending 10 agosto							
Ferguson, MO & Police Militarization							
Wage Gap 25 agosto							
Student Debt 7 sep							
Scottish Independence 14 sep							
Miss America Pageant 21 sep							
Drones 28 sep							
Civil Forfeiture 5 octubre							

Translators 19 oct							
*Sugar 26 octubre							
State Legislatures and ALEC 2 noviembre							
Lottery 9 nov							
Total	21/21	21/21	18/21	2/21	10/21	20/21	21/21

Anexo 2.-

LAST WEEK TONIGHT 1era TEMPORADA PRODUCCIONES CORTAS (30S- 7 MIN)							
Episodio	Cifras	Archivo	Ent. citada	Ent. Personal	Redes	Doc. Of.	Va. Fuent
Pres. Obama meets robot 27 ab							
Oregon Spirit 27 ab							
LETTER OF THE WEEK: POM 4 mayo							
Nerd Prom 4 mayo							
Climate Change Debate 4 mayo							
Eurovision and Crimea Coin 11 mayo							
India Election Update 18 mayo							
Nintendo Gay Marriage 18 mayo							
Right to be Forgotten 19 mayo							
GM Ad 18 mayo							
We Think 25 mayo							
iTunes, Assad and Right Said Fred 8 jun				Invitado especial (performance)			
Washington Redskins 15 jun							
Fireworks 6 jul							
Hobby Lobby 30 jun							

*Don't Visit Antártica 9 jul							
Warren G. Harding's Love Letters 13 jul							
Singapur's Gambling Problem 20 jul							
#GoGetThoseGeckos 27 jul (seg not)							
#WeGotThoseGeckos 3 jul							
NY's Port Authority 3 agosto							
John Oliver Literally Destroys Piñatas 24 agosto							
Cookie Monster's Ideas 2 sep							
#GoodbyeGeckos 7 sep				Invitado especial (performance)			
Set Up, Perú 14 sep							
Roger Goodell 21 sep			 (rueda de prensa)				
Narendra Modi in NY 28 sep							
Pumpkin Spice 12 octubre							
*Supreme Court 19 octubre							
*Real Animals, Fake Paws Footage 19 octubre							
Home Depot Commercial 2 noviembre							
Salmon Cannon 9 noviembre							
Turkey Pardoning 9 noviembre							
New Year's Eve 29 diciembre							
Total	10/34	30/34	9/10	1/10	6/34	7/34	26/34

Anexo 3.-

LAST WEEK TONIGHT 1era TEMPORADA ENT. PERSONAJES							
Episodio	Cifras	Archivo	Ent. citada	Ent. personal	Redes	Doc. Of.	Va. fuent
Gral. Keith 27 ab							
Periodista Simon Ostrosvky 4 mayo							
Periodista Fareed Zakaria (Part I & II) 18 mayo							
Stephen Hawking 15 jun							
Dr. Jane Goodall 26 octubre							
Total	2/5	5/5			2/5	2/5	5/5

Anexo 4.-

LAST WEEK TONIGHT 1era TEMPORADA HOW IS THIS STILL A THING							
Episodio	Cifras	Archivo	Ent. A	Ent. P	Redes	Doc. Of.	Va. Fuent
Dressing up as other races 11 mayo							
Columbus Day							
Total	0/2	2/2	0/2	0/2	0/2	0/2	2/2

Anexo 5.-

LAST WEEK TONIGHT 1era TEMPORADA OTHER COUNTRIES' PRESIDENTS							
Episodio	Cifras	Archivo	Ent. citada	Ent. personal	Redes	Doc. Of.	Va. fuent
François Hollande 4 mayo							
Tony							

Abbott 2 junio							
Total	1/2	2/2	0/2	0/2	2/2	0/2	2/2

Anexo 6.-

LAST WEEK TONIGHT 1era TEMPORADA WORKPLACE							
Episodio	Cifras	Archivo	Ent. citadas	Ent. personal	Redes	Doc. Of.	Va. fuent
THE NFL 27 ab	1	1				1	1
Total	1/1	1/1	0/1	0/1	0/1	1/1	1/1

Anexo 7.-

Ley Orgánica de Comunicación

“ ***Art. 4.- Contenidos personales en internet:** Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por infracciones a otras leyes que se cometan a través de internet.

*** Art. 5.- Medios de comunicación social:** [S]e consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones publicas, privadas, comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio, televisión, que prestan servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

***Art. 10.- Normas deontológicas:**

- Numeral 1: referidos ala dignidad humana:
 - a. Respetar la honra y la reputación de las personas;
 - b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios;
 y,
 - c. Respetar la intimidad personal y familiar.

- Numeral 2: Relacionados con los grupos de atención prioritaria:
 - b. Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
 - c. Evitar la representación positiva o avalorativa de escenas donde se haga burla de discapacidades físicas o psíquicas de las personas;
 - f. Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores, o proyecten una visión negativa del envejecimiento.

- Numeral 3: concernientes al ejercicio profesional:
 - a. Respetar los presupuestos constitucionales de verificación, oportunidad contextualización y contrastación en la difusión de información de relevancia pública o interés general;
 - b. Abstenerse de omitir y tergiversar intencionalmente elementos de la información u opiniones difundidas;
 - d. Evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes u otros eventos similares;

- Numeral 4: relacionados con las prácticas de los medios de comunicación social:
 - a. Respetar la libertad de expresión, de comentario y de crítica;
 - b. Rectificar, a la brevedad posible, las informaciones que se hayan demostrado como falsas o erróneas;
 - c. Respetar el derecho a la presunción de inocencia;
 - f. Distinguir de forma inequívoca entre noticias y opiniones;
 - g. Distinguir claramente entre el material informativo, el material editorial y el material comercial o publicitario;
 - h. Evitar difundir, de forma positiva o avalorativa las conductas irresponsables con el medio ambiente;
 - i. Asumir la responsabilidad de la información y opiniones que se difundan; y,
 - j. Abstenerse de realizar prácticas de linchamiento mediático, entendido por tales, la difusión de información concertada y reiterativa, de manera directa o por

terceros, a través de los medios de comunicación destinada a desprestigiar a una persona natural o jurídica o reducir su credibilidad pública (...).

***Art. 62.- Prohibición:** Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación de contenidos discriminatorios (...) Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio.

***Art. 67.- Prohibición:** Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso (...)" (2014).

Reglamento de la L.O.C

"* Art. 2 Contenidos en Internet: Están excluidos del ámbito de regulación y control administrativo los contenidos que formulen los ciudadanos y personas jurídicas en sus blogs, redes sociales y páginas web personales, corporativas o institucionales".

RESUMEN FORMATO 1

La Avena Cómica es una producción audiovisual de formato *video blog*, inspirada en los programas *late night show* estadounidenses. *Last Week Tonight*, conducido por el comediante John Oliver y transmitido por HBO, es el principal referente para este proyecto.

El contenido de este programa destaca por su agudo sentido del humor. Sin embargo, la índole humorística de esta producción no responde al principio de “la comedia por la comedia”. Cada expresión, pues, está sustentada en la información obtenida a través de una rigurosa investigación periodística.

La Avena Cómica emula este patrón. Este programa piloto toma el humor como excusa para hacer periodismo desde otra vereda. A través de *fact checking*, entrevistas a diversas fuentes, un vox populi, archivos y datos, el programa presenta una visión detallada e hilarante de un tema con trascendencia presente y futura para el medio ecuatoriano: la recesión económica, el petróleo y el gasto público.

Guión La Avena Cómica

Tema: La crisis y el petróleo
Formato: video blog
Duración: 8 minutos 11 segundos

TEXTO	VIDEO	AUDIO
	Introducción STOP MOTION	Canción: Bacterias Vivas de los Alkaloides
Hola, bienvenidos. Esto es La Avena Cómica, el lugar donde te damos las noticias mas ti ca di tas.	PM Presentador	Locución
<p>Es difícil que los ecuatorianos nos pongamos de acuerdo en algo. Por ejemplo, hasta ahora no nos hemos puesto de acuerdo en</p> <p>1.- Hasta ahora no sabemos qué hubiera pasado si es que Carlos Tenorio metía ese gol contra Alemania en el mundial del 2006</p> <p>2.- Si hubo o no golpe de Estado el 30s</p> <p>3.- Y si Álvaro Noboa es un genio de la comedia</p> <p>La cosa es que por fin estamos de acuerdo en algo y es que los ecuatorianos estamos en la mierda. Estamos en crisis, poniéndonos más técnicos, tenemos que decir que nuestro país está en recesión.</p>	<p>PM Presentador</p> <p>Archivo</p> <p>Archivo</p> <p>Archivo</p> <p>PM Presentador</p>	Locución
Para que me entiendan un	PG Presentador	Locución

poco más recesión es cuando el país produce igual ,o peor, menos que los últimos dos trimestres		
En otras palabras, el país ya no crece, como el bigote de Justin Bieber.	PG bigote Justin Bieber	Efecto de sonido
Y la gente ya se dio cuenta que entramos en recesión, sino miren este meme	Meme del Merciococo	Locución
Es que aceptémoslo, nos sentimos millonarios con el precio del petróleo. Es que tuvimos de los mejores precios de la historia...	PG Presentador	Locución
Cerrando el 2011, el barril llegó a costar \$106. Y ahora para Halloween 2015, bajó focazo y está a \$46 el barril.	PG Presentador Gráfica de los números	Locución
Para que tengan una idea, con el anterior precio del petróleo nos avanzaba para comprar medio hornado. Y ahora, con los precio actuales, a lo mucho te avanza para 10 platos. 11 con yapa ya...	PG Presentador PG Cerdo hornado Cuadro entero aparecen platos de hornado	Locución Efecto de sonido Efecto de sonido
Vamos con los números...del 2007 al 2013 el Ecuador ha recibido el 56.6% del total de los ingresos petroleros en su historia. ¡Cacha eso!	PG Presentador Gráfica de los números PP Presentador	Locución

O sea el Ecuador se manejaba como un video de reggaetón en ese tiempo	PG Presentador Fragmento video reggaetón: “Vamo’ pa’la disco” de Daddy Yankee	Locución Música
Pero ahora con los presupuestos que se manejan, nos avanza para un video de 10/10	PG Presentador Fragmento video música popular: “Corazón de Chancho” de Los Conquistadores	Locución Música
Es tan dura la situación que Rafael Correa ya dijo:	Recorte del periódico La Hora	“Hemos aguantado muy bien (...) no crezcamos o decrezcamos”.
Peero, en el último debate televisado dijo:	Debate Prisma Económico Octubre 28 2015	“Me gustaría que me definan (...)están todavía en el margen de error estadístico”.
Señor Correa, ¿qué mismo?	PG Presentador	Locución
Volvamos al pasado. Esto ya pasó. Esto es un déjà vu. En los 70’s el Ecuador se emocionó tanto que el Bombita Lara hizo un desfile al primer barril de petróleo. Un desfile a UN barril.	PM Presentador en blanco y negro Video de Archivo Cinemateca CCE	Locución “El pueblo de Quito (...) mancha sus manos con el oro negro”.
¿Dónde he visto esto?	Fragmento video capítulo de Los Simpsons: La Barra	Audio del programa

<p>En esa década crecimos un 7% en promedio ... Y claro, nos emocionamos con el petróleo , creció la economía, derrochamos, no ahorramos y llegaron los fatídicos 90's. Y nos fuimos a la mierda.</p>	<p>PG Presentador Gráfica de los números</p>	<p>Locución</p>
<p>Ahí vino Mahuad Feriado bancario Protestas sociales y...Gerardo Mejía Qué década más densa</p>	<p>Imagen de archivo Imagen de archivo Imagen de archivo Fragmento video concierto en Miami</p>	<p>Locución Canci: Rico Suave</p>
<p>Y seguimos cometiendo los mismos errores del pasado. Ahí es cuando el Ecuador me recuerda a ese clásico pana que sigue volviendo con la ex.</p>	<p>PG Presentador PM cerrado presentador</p>	<p>Locución</p>
<p>¿Por qué vuelve con la ex? ¡Te hace mal!</p>	<p>PM cerrado presentador</p>	<p>Locución</p>
<p>La pregunta ahora es: ¿Qué pasó con la plata? Porque entró bastante, ¿no?</p>	<p>PM Presentador</p>	<p>Locución</p>
<p>El problema es que el país tiene un altísimo gasto corriente.</p>	<p>PM Presentador</p>	<p>Locución</p>
<p>Según el economista Luis Espinosa Goded de la Universidad San Francisco de Quito, de todos los gastos, el 35% se va en sueldos.</p>	<p>PM Presentador Fotografía en recuadro superior izquierdo del profesor</p>	<p>Locución</p>
<p>Pero no todo es negativo. De hecho este gobierno ha invertido mucho en salud,</p>	<p>PG Presentador</p>	<p>Locución</p>

educación infraestructura...		
Según la SENPLADES, que son los que se encargan de planificar el país, esto ha hecho que un millón y medio de ecuatorianos salga de la pobreza.	PG Presentador	Locución
Además dice esto gobierno que la crisis no es solo del Ecuador, sino es mundial. Todos los países están en recesión. Hasta China, lo que a mi me preocupa porque puede afectar a los chifas	PG Presentador	Locución Efecto sonoro de gong
Aquí nos preguntamos: ¿Cómo puede el Estado prepararse para épocas de vacas flacas?	PM Presentador	Locución
¿Hacen falta dos aviones presidenciales?	PM Presentador	Locución
¿Está bien que hayan más de 34 mil autos para servidores públicos?	Fragmento película: The Joker. Guasón y montaña de dinero Fragmento película: The Joker. Guasón quema dinero	Audio del fragmento Locución Audio del fragmento
Ojo no estamos diciendo de que vayan al trabajo en monopatín, pero sí que tomen en cuenta que ya no hay tanta plata.	PM Presentador	Locución
O miren los viáticos	Fragmento reportaje de Teleamazonas – febrero 2015	“En la Asamblea para viajes al exterior (...) por citar algunos casos”
Está muy bien que hayan hospitales, que hayan carreteras, que hayan	PG Presentador	Locución

escuelas. Es más tampoco nos hemos olvidado que al inicio de este año el presidente y los altos cargos se bajaron un 10% del sueldo.		
<p>Pero, ¿Hace falta que haya secretarias como la del Buen Vivir?</p> <p>¿Y que Freddy Ehlers gane más de cinco mil dólares al mes?</p> <p>¿Y se pegue un tour mundial?</p>	<p>PM Presentador</p> <p>Fotografía de Freddy Ehlers con muñeco de Piquero de patas azules</p> <p>PG Presentador</p>	Locución
Claro, nos dijeron que iba a haber la Secretaría de la Felicidad, pero no nos dijeron la felicidad de quiéñf...	PM Presentador	Locución
<p>Por eso salimos a la calle a hacer esta pregunta: Si usted fuera secretario del Buen Vivir, ¿qué haría por el Ecuador? Para ser más felices, ¿no?</p>	<p>PM Presentador</p> <p>Vox Populi en Plaza Grande</p>	<p>Locución</p> <p>Vox populi "Que cambien la mentalidad (...) ¿A dónde va ese papel higiénico?"</p>
<p>Vean, nosotros no queremos ser líderes de opinión. Eso nos vale v*rga.</p> <p>Lo que nosotros queremos es que ustedes decidan. Y por eso viene nuestro segmento:</p> <p>ELLOS DICEN, ELLOS DICEN</p>	<p>PM Presentador</p> <p>PM Presentador</p> <p>PM Presentador PG Presentador</p>	Locución

<p>1) Se invirtió en sectores sociales</p> <p>Las inversiones no son sostenibles.</p> <p>2) Se redujo la brecha entre ricos y pobres.</p> <p>Las clases sociales se han polarizado.</p> <p>3) Se invirtió en el futuro.</p> <p>¿Cuál futuro?</p>	<p>PG Presentador izquierda</p> <p>PG Presentador derecha</p> <p>PG Presentador izquierda</p> <p>PG Presentador derecha</p> <p>PG Presentador izquierda</p> <p>PG Presentador derecha</p>	<p>Locución</p>
<p>Bueno. Ustedes ya tienen los ingredientes. Y, la avena ya está servida...</p>	<p>PM Presentador izquierda</p>	<p>Locución</p>
<p>Si quieres verificar el contenido de La Avena Cómica, puedes descargar el contenido en este link.</p>	<p>Gráfica de flecha que indica el link para descargar las fuentes</p>	<p>Locución</p>
	<p>Video Stop Motion</p> <p>Créditos</p>	<p>Canción. Bacterias Vivas de los Alkaloides</p>

Fotogramas La Avena Cómica









RESUMEN FORMATO 2

Verdad y Media es una revista que presenta diversas propuestas informativas y humorísticas del medio ecuatoriano. Sus páginas están dedicadas al análisis de la elaboración de los productos comunicacionales y su respectiva difusión, a través de varios formatos y plataformas. El trabajo, además, exhibe el panorama político y legal al que se enfrenta cada una de las propuestas. Caricatura, columna escrita, radio y televisión; algunas amparadas en el periodismo y la información, otras solo en la risa.

Copia fotográfica



Prensa escrita
Caricatura
Televisión &
Radio

*Periodismo de humor y
entretenimiento informativo*

Edición No. 1
001 ejemplares



Contenido

RAZO Y DIBUJO

"La identidad de la caricatura"

PALABRA ESCRITA

El Pájaro:

"Es posible tener un periodismo de humor"

TELEVISIÓN

Problemas para las nuevas propuestas

ONDA SONORA

"Radio Canela: La risa por la risa"

"Verdad y Media" es una producción periodística realizada para la clase "Desarrollo Trabajo de Titulación", dirigida por Paul Mena Eraso, M.A.

Dirección de diseño: Iván Burbano M.A.
Contenido: Thalia Noboa Lamar

Diciembre 2015

CCCCCI

Editorial

"Algunas crisis operan como si llevaran un regalo implícito."

Joan Garriga



Desde hace largo tiempo, desde que la posibilidad de diálogo entre los hombres fue concreta, circulan medias verdades sobre los hechos que ejercen intendencia en nuestros días.

Muchos aspiran contar "la verdadera historia" de los acontecimientos, argumentando la realidad en milanes mochadas. Esas historias, nos aseguran, nunca antes habían sido relatadas con tal fidelidad. Es, sin embargo, tan solo una fracción del universo.

La mitad extra, la que se enmascara y desenmascara reacciones dispares, es la que stañe al humor; y con un resultado certero y redondo, implosiona la plana unilateralidad de la primera.

La denuncia de este encubrimiento humorístico y de algunas consecuencias dramáticas que conlleva atribuye a los autores del gozo un acento inconfundible por su hilaridad. Más que una versión aséptica de los contenidos informativos, se interesan por las ópticas extraordinarias que hilvanan otras costuras.

Esta publicación es una revista que le debe todo a la fracción agregada. La otra verdad que ha sido despidada con jovialidad y ha encaminado, inconscientemente, la reconstrucción de la memoria. En sus páginas desfilan algunas de las propuestas de humor informativo en el medio ecuatoriano. Las existentes y las que todavía falta por explorar.

EL RETRATO EN EL RENACIMIENTO ITALIANO:



LA CARICATURA EN EL RENACIMIENTO ECUATORIANO:



"Sin título"
Marcelo Chamorro

La identidad de la caricatura

"En el fondo, lo que pasa es que tenemos que comenzar a reírnos de nosotros mismos."

Roque Maldonado

La caricatura editorial es inconfundible y efímera. Denuncia, satiriza y luego se desdibuja en el tiempo. Situada entre la agudeza y la ironía; la imaginación y la realidad, esta expresión es, según el caricaturista Roque Maldonado, "la representación grotesca de una persona, cosa o también, por supuesto, alguna idea".

A diferencia de la ilustración o el humor gráfico, la caricatura se rige por el presente. La eventualidad de las circunstancias políticas, sociales y económicas, y los personajes de primera plana.

"Todo eso, básicamente, ya no tiene sentido después de un tiempo, inclusive un tiempo corto", indica Ponto Moreno, caricaturista y editor gráfico de diario El Comercio. "Tengo caricaturas inclusive del mismo año que ya no recuerdo bien", por eso sus bocetos de batalla, como los denomina, terminan en la basura. Otros, en cambio, conservan todavía sus caricaturas a pesar de que el sentido

de las mismas haya quedado con los hechos del pasado. Es el caso de Roque Maldonado y Asdrubal de la Torre, caricaturistas con 63 años de experiencia y fundadores de la antigua revista quiteña de humor informativo La Bunga.

Al igual que el editorial escrito, la caricatura maneja su propia ecuación: información verificada, sagacidad, trazos artísticos y humor en todas sus variantes; que hacen de ella una expresión de significación autossuficiente. "Concentramos todo en una especie de embudo para tener una idea más simple, que llegue a todo el mundo", menciona Asdrubal de la Torre.

Pero, a diferencia del editorial o la columna escrita, "la caricatura tiene ese poder de transmitir con una imagen, a veces sin texto, la misma [idea] que las cien o doscientas palabras de un texto", indica Marcelo Chamorro, caricaturista de diario La Hora desde 1985.

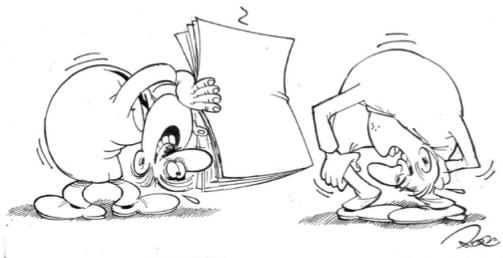
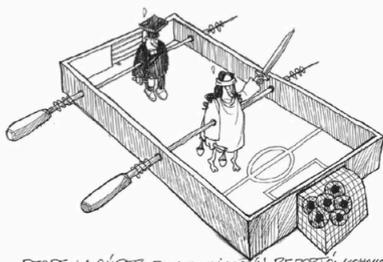


Ilustración: Ponto Moreno



DESDE LA SÚPER DE COMUNICACIÓN, REPORTEO: MICHAMORRO

A pesar de la hilaridad que generalmente acompaña a este formato, la risa no es su principal objetivo. “La caricatura es una crítica”, dice Roque Maldonado, “sino que es una crítica más confanzuda”, cuya misión es la reflexión del público.

Con ilustraciones, y a veces palabras, se denuncian hechos con una intensidad indefectiblemente aplastante. “Es un poco sobre eso de la condición humana que no queremos aceptar”, comenta Ponto Moreno. Sin embargo, a pesar de la tensión que la caricatura puede denotar, su alcance dependerá de los lectores y las interpretaciones dadas, “sino simplemente no se compra”, aclara Marcelo Chamorro.

Su aceptación temática y de formato es interdependiente de la sociedad y la cultura en la que se desenvuelve. “Solo los franceses se permiten hablar de todo, y decir de todo, y dibujar sobre todo, pero es porque la sociedad permite esas libertades”, menciona Ponto Moreno luego de trabajar 16 años en el diario Le Monde. “Aquí [Ecuador] la caricatura siempre la he visto, mas bien gentil, en general”.

Las leyes sobre el trazo

En la discusión jurídica se debate el régimen legal por aplicar a la caricatura, ¿información u opinión? “Sería un error tremendo que el caricaturista haga información”, indica Asdrúbal de la Torre. “El caricaturista es un comentarista de los temas del día”, idea que comparten el resto de entrevistados para este artículo.

Tras el paso de 27 gobiernos, Asdrúbal ha podido percibir los diversos ambientes políticos del país y sus reacciones frente a las expresiones divergentes. “Me he dado cuenta de que los gobiernos autoritarios, los que concentran poder, se molestan con la caricatura; cosa que no sucede con los gobiernos democráticos”.

Igualmente, con la valía de una amplia trayectoria, Roque Maldonado menciona que “hasta hace poco la caricatura era un arte, de los lindos artes que han habido. Ahora es un arte-ciencia porque tenemos que aprendernos todas las leyes de memoria para saber cómo defendernos de las críticas del gobierno”.

Con la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación (L.O.C.) se han establecido normas que confinan a los caricaturistas a un área de sección. Existen, sin embargo, profesionales como Marcelo Chamorro que creen más en la ética del profesional que las leyes con una agencia ética.

Las sanciones impuestas sobre las caricaturas se han justificado sobre la palabra escrita que acompaña a la viñeta, catalogándola en calidad de información. Cuando empleado, el texto constituye una segunda humorada.

“Estás haciendo un doble disparo, es una escopeta de dos cañones”, aclara Ponto Moreno y “es evidente que cuando escribes algo, ESCRITO ESTÁ”.

Frente a este panorama, han suscitado un sinnúmero de dudas y reacciones en el gremio de caricaturistas. Para

Roque, “a veces se confunden los límites morales con el miedo a lo que le hagan a uno”. Las medidas punitivas de la L.O.C. llevan a “estar alerta, pendiente, desconfiando inclusive de tus propias ideas”, menciona Ponto.

La persistencia de la caricatura editorial, sin embargo, no flaquea ante las penalidades y las clasificaciones, sino que se erige sobre la condensada perspicacia que la distingue; algo así como dijo el escritor catalán Joan Garriga: “Algunas crisis operan como si llevaran un regalo implícito”. Es decir, que, si es difícil, también es provechoso; tanto que “la ventaja de esta cuestión de las leyes es que nos obliga a nosotros a ser más creativos, ver de otra manera y darle la vuelta”, alega Marcelo.



“La caricatura es una crítica, sino que es una crítica más confanzuda”.

Roque Maldonado

La palabra es una doble humorada. “Estás haciendo un doble disparo, es una escopeta de dos cañones”.

Ponto Moreno

Ilustración: Ponto Moreno

El Pájaro: “Es posible tener un periodismo de humor”

Quito. Nacido en 1950. Francisco Febres Cordero, conocido como “El Pájaro”, es el periodista que se ha destacado por escribir con inusual sagacidad sobre aquello conocido por la sociedad, pero acerca de lo cual no se ha reflexionado con suficiente hondura y originalidad. Con la palabra y un agudo sentido de humor, la columna de “El Pájaro” ha sido implacable con los personajes y acontecimientos de las últimas cuatro décadas del país.



En su amplia experiencia como columnista y escritor, ¿cuáles son las particularidades del humor, que usted ha distinguido, y que atraen a las audiencias?

No tengo idea. Yo soy un tipo más bien visceral. No tengo una teoría sobre el humor; ni me interesa, ni me importa (...). Lo primero que me salta a la vista: comenzar por perderse el respeto a sí mismo. Saber burlarse.

Después del humorismo siempre requiere también un interlocutor que va convirtiéndose en enemigo. Es raro que [el humor] pueda ser amistoso, amical; necesita un contradictor y, para mí, en el caso del humorismo político, ese contradictor ha sido siempre el poder.

En ese contexto que usted menciona, ¿el humor cumple con una función social?

Bueno, hacer ver, por un lado al poder, lo que está haciendo. Y, por otro lado, pretensiosamente, hacer a la gente o al lector reflexionar de lo que está ocurriendo. Te digo pretensiosamente porque yo particularmente escribo para sacarme eso que Vargas Llosa dice: los demonios, los que te atormentan.

¿Considera usted que es posible desarrollar y validar un periodismo de humor?

Es posible tener un periodismo de humor, perfectamente. El humor es básicamente irrespetuoso. El humor es desescalizador. No tomar en serio lo que para el poder es tan serio. Esa seriedad, para un humorista, se vuelve ridícula. Esas pomposas declaraciones, esas pomposas formas de ser, son muy susceptibles a ser caricaturizadas mediante el humor.

Una periodista del Instituto Poynter argumenta que el humor y el periodismo son contrarios. El humor no está sujeto a la veracidad, la contras-



tación y el rigor. Al contrario, tiende a deformar parcialmente la realidad. Dicho esto, ¿considera usted que el humor va en contra de los principios del periodismo?

No, no, no. No tiene porqué. Tú como periodista te alimentas de la realidad. Esa realidad está basada en determinadas hechas. Tú coges esos hechos y, sí, los transformas, pero los hechos están, los hechos existen.

Tú lo que puedes hacer, en ese sentido ¿quizá lo que me dices tenga razón: es esos hechos transformarlos, pero haciendo un guiño al lector para que sepa que esos hechos son transformados. En eso se separa, sí, porque el periodista noticioso tiene que regirse exclusivamente a la realidad. El humor te permite jugar más con la imaginación (...) Te basas en una realidad, pero puedes jugar muchísimo más libremente con el humor para desarrollar ficticiamente un hecho (...) Puedes jugar noticiosamente con el humor.

“El humor es básicamente irrespetuoso. El humor es desacralizador”.

Entonces no es una media verdad de la que estamos hablando...

No. Es una forma distinta de interpretar la realidad. Simplemente es eso. Es una mirada distinta, porque el mismo hecho te puede servir para hacer un texto analítico y sesudo o para jugar con esa realidad (...). Es lo que hizo Picasso. Ver la realidad de otra manera.

Y en su largo recorrido por periodismo, ¿cómo ha evolucionado la aceptación y la libertad de expresión para el formato humorístico? Bueno, no te diría que ha evolucionado. Ha involu-

cionado. Yo he pasado épocas de dictaduras o de gobiernos autoritarios, pero esta época es inédita para el país. Por lo menos en el siglo XX. Es inédita en cuanto a la libertad de expresión: está absolutamente restringida, desprestigiada, herida.

Yo no recuerdo haber vivido en una época de tan grandes restricciones como esta, ni siquiera en el gobierno de Febrés Cordero, ni si quiera en las dictaduras que hemos tenido. No me acuerdo haber vivido una época tan negra para el periodismo, donde no solo te sancionas por lo que escribes, sino también por lo que NO escribes.

Usted es el único referente de humor político en el espacio de la prensa escrita, ¿cuáles son las razones por las que en Ecuador no hayan más periodistas dedicados a este formato?

A lo largo de la historia ha habido extraordinarios periodistas que han usado el humor como arma. EXTRAORDINARIOS. Desde Juan Montalvo para adelante. Ha habido épocas en que el humor ha tenido más relevancia que en otras.

Yo no soy usuario de redes sociales, pero me llama la atención cómo en esta época de represión, el humor ha afluído a través de estos otros mecanismos. La gente va burlándose del poder con un arma que es quizá más letal que cualquier discurso sesudo. En las manifestaciones callejeras, unos letreros, unas pancartas, hechas con un ingenio, con un humor, con una capacidad de sátira, de burla, que son absolutamente lapidarias.

Sin embargo, el periodismo no se renueva y se mantiene en los formatos tradicionales. No se están desarrollando propuestas de periodismo de humor como en países vecinos...

Eso depende de las reflexiones a los medios. Tú tienes los medios gubernamentales que van copando casi todos los espacios (...)



10 | PALABRA ESCRITA



El espacio es el que falta y los intentos para hacer nuevas cosas resultan fallidos porque, primero es muy caro, y después por las limitaciones que impone el mismo gobierno para crear un medio (...) En otros países probablemente sin esas restricciones sea más fácil...

Es cierto que en esta época las restricciones son cada vez más perceptibles a través de cuerpos jurídicos; pero en épocas pasadas también habían restricciones y la oferta igualmente no era amplia y diversa, ¿por qué?

“Yo no recuerdo haber vivido en una época de tan grandes restricciones como esta, ni siquiera en el gobierno de Febrés Cordero”.

Es curioso, quizá porque el hombre común se expresa con mucho humor en la calle. Digo yo... como una posible explicación de eso. En la esquina se reúnen y lo primero que hacen es contarte un cacho.

Conforme la época política va agriándose, van siempre siendo más políticos. Entonces, probablemente el desquitarse del poder se da más en las calles que en los medios de comunicación. Es una posible explicación. Pero sí, lo que tú dices cierto. No ha habido un desarrollo tan fuerte del humor en nuestro país como en los vecinos. Quizá ha habido periodistas con una enorme ironía, con gracias, pero no ha sido una constante.

¿Considera usted que una de las causas por esta carencia de propuestas está vinculada a la falta de autocritica — como periodistas y ecuatorianos? —

No creo. No sé. Es una necesidad de desencorbarse; de no escribir con guantes blancos; que es lo que a mí mismo me pasó (...) Con ese ejercicio, fui maltratando el idioma, aprendiendo a jugar con la palabra. De pronto, de buenas a primeras, no fue algo pensado. Probable-

mente pase también que los articulistas creen o piensen que la única forma de expresarse es a través de lo sesudo. No sé. No tengo una respuesta para eso.

¿Considera usted que el humor debe tener límites éticos y morales? Y de ser así, ¿quién debe hacerlos exigibles?

Siempre, como todo el periodismo, como todo lo que haces (...)

También, en este siglo, estamos llevando los límites a un extremo (...). Hay una obsesión por lo políticamente correcto que nos tiene absolutamente jodidos. Es lo más horrible que se ha intentado (...). Entonces eso también te limita. Lo políticamente correcto es el peor invento después de la bomba atómica.

“No ha habido un desarrollo tan fuerte del humor en nuestro país como en los vecinos”.

PALABRA ESCRITA | 11

Problemas para las nuevas propuestas

En crisis. Las propuestas humorísticas e informativas de la televisión ecuatoriana están en crisis. Una encrucijada en donde se entrelazan los alcances de la Ley Orgánica de Comunicación, la polarización política, la calidad de contenidos y los intereses financieros de los canales.

Producciones como “Vivos”, “La Pareja Feliz” y “No-noticias” han sido los programas de humor más populares en la televisión de esta última década. A esta lista se suman las apariciones de los presentadores quiteños Jalal Dubois y Rodrigo Padilla en una serie de programas propios.

Cada programa, presentador y actor tiene sus particularidades y estrategias de aproximación hacia el público. Sin embargo, el común denominador de estas producciones es el pulso cotidiano y el saber general sobre temas que conciernen a la sociedad y la política.

Normas, gustos y apertencias

“Vivos”, “La Pareja Feliz”, “No-noticias”, “La Kombi”, “Avespados” y entre otros, han sido de amplio gusto para la población general. Cada uno con afanes y tópicos distintos, pero iguales ante la Ley.

A pesar de la gran acogida que “Vivos” y “La Pareja Feliz” han tenido en el público por 14 años, los canales que transmiten los programas fueron sancionados económicamente. Además, fueron retirados de la transmisión por disposiciones legales.

Ambas producciones fueron acusadas por contenido discriminatorio hacia grupos minoritarios e individuos particulares. A pesar de la estima y el brío social que despertaron estos programas, las autoridades los han criticado implacablemente alegando mediocridad, ignorancia y reproducción de estereotipos.

“Si nos ponemos a hablar así, esos todo personaje nace de un estereotipo, de una característica. Aquí lo que sucede es que impera el gusto, mas no el criterio”, menciona David Reinoso, creador y actor de los programas. “Estamos hablando de ficción, estamos hablando de suposición. Eso es COMEDIA. NO ES REAL. La gente no es bruta”.

Sobre las acusaciones, Reinoso alega que las imposiciones sobre el contenido direccionan a los programas de comedia e información hacia otra dirección, como el rescatar valores e invitar a la reflexión social. “Entonces mas bien maneja [el programa] como una novela de valores. Si quieres caer, tienes que rayar, tienes que joder. Vacilar”.

Para Jalal Dubois, presentador del antiguo programa “La Kombi”, “Vivos” y “La Pareja Feliz” son programas de comedia que, si bien son acusadas de trabajar sobre imágenes estereotipadas y reforzar ideas discriminatorias, cuentan desde la ficción una faceta social del país.

“Lo más triste de todo esto es que esa es la única ficción que tenemos y yo no estoy de acuerdo en matar la ficción”, menciona Jalal. “Si te pones a ver, ¿qué otra ficción tenemos en Ecuador? Cómo nos contamos como ecuatorianos. Ese por lo menos está diciendo algo de una parte del Ecuador”.

Panorama para la producción

Dado el clima de enfrentamiento, el director y creador del programa de parodias, “No-noticias” ha atenuado las referencias políticas en su programa, disminuyendo la intensidad y la cantidad de críticas humorísticas a guisos sociales y culturales. “He sentido eso que se está agudizando una nota de confrontación y me duele”, indica Miguel Guerra, director y actor. “He tratado de orientar para buscar una unidad y creo que ese es el aporte de ahorita de todos los productores”.

Por esto, “No-noticias” ha enfatizado su producción en temas que rescatan los imaginarios populares, como la comedia de las huecas, la tecnocumbia y el fútbol. Si bien el programa no ha sido objeto una medida punitiva, ha sido criticado por las apariciones estereotipadas de mujeres en pantalla y la superficialidad informativa.



Cortesía: David Reinoso

“Para sobrevivir en el medio que estamos no podemos ser ajenos a este tipo de distorsiones que existen también en nuestra forma de ser, de nuestra ideocinetría”, reflexiona Jaime Ramos, actor intérprete de “El Gringo”. “Si es que haríamos un programa purístoco cultural, quizá no nos vería nadie. Tratamos de llegar a un equilibrio”.

La calidad de contenidos televisivos es un reflejo de la audiencia ecuatoriana, según Rodrigo Padilla, copresentador del programa “Avespados” con Jalal Dubois. Su programa responde a intereses humanos que lo diferencian de la parodia e imitación. “No es tanto logro nuestro sino que hay tanta televisión tan turra, que por ahí es como la flor en el desierto”, indica Jalal.

La iniciativa por generar nuevas propuestas de humor informativo no es nula. Sin embargo, la implementación de los proyectos tiene un camino escabroso por delante. Leyes, desánimo, expresiones políticamente correctas y problemas de financiamiento. “A los canales les interesan números”, menciona Rodrigo. “Les sale más barato comprar CSI a 15 dólares el episodio, que comprar a 2000 dólares, 3000 el capítulo de un programa ecuatoriano”.

“Si es que haríamos un programa purístoco cultural, quizá no nos vería nadie”.



Foto cortesía: Miguel Guerra

12 | TELEVISIÓN

TELEVISIÓN | 13

Radio Canela

La risa por la risa

Radio Canela destaca por su tono relajado y la variedad de tópicos que aborda. A pesar de los guiños informativos, la finalidad del medio y sus locutores no es la información.

23 506 radio oyentes quiteños sintonizaron la frecuencia de Radio Canela en octubre 2015, posicionándola, nuevamente, como la radio más escuchada en la capital. Cuatro de los siete programas del medio replican esta condición en la hora de programación matutina y vespertina. Y, en Guayaquil, Cuenca, Machala, Lago Agrio, Sucumbios y Tena la radio tampoco desciende al segundo puesto en raking de sintonía.

En Quito, la voz de "Pato Fortuni", "Harold", "Ale Duque" y la de otros tantos locutores se escuchan por las mañanas en los buses, los taxis y los comercios alienados en la veredas.

Suenan las cumbias, el reguetón, las risas, los cachos y los comentarios pintorescos. Acompañan siempre los efectos sonoros: "el boing", la risa indiscreta, y algún otro sonido reverberado que se antepone a los chistes, en un ir y venir de palabras y carcajadas. Una variedad de temas para un público multirracial.



Desde las 6:00 AM los locutores acompañan a los madrugadores y, posterior en el día, a quienes buscan un respiro en la jornada. "Si te levantaste con el pie izquierdo, aquí te levantamos con el pie derecho", menciona Patricio Fortuni, locutor del primer programa de Quito transmitido en el día. "La idea es levantarte con una sonrisa, darte un mensaje positivo, decirte que eres único".

En Radio Canela no caben las formalidades, el hardnews, ni las expresiones propias de esa "alta cultura". La risa es la risa; y, según Harold Díaz, locutor del programa *Filo de Cerveza*, "catalogar el humor es una actitud clasista".

Para Harold, la tarea del comediante, el comunicador y el periodista es identificarse con la gente; cometido facilitado por la sensación de cercanía que despierta la radio.

Sin embargo, "hay gente que sale en los medios de comunicación para demostrar qué tan pseudo-intelectuales son y hacen un programa para él y sus cuatro amigos en el que solamente ellos se entienden", opina.

Por esta razón, el propósito de Radio Canela no está circunscrito a la persuasión ideológica, la rigurosidad investigativa, ni la información periodística. Está sujeto a la "joda. Aquí nada se toma en serio", indica Alejandra Duque, locutora del programa *Radiación Temprana*.

Sin embargo, hay eventos, que por su naturaleza social, se prestan para la seriedad y la prudencia. El último ataque terrorista en París ha ganado esta distinción. "¿Pero eso es qué?, ¿tres minutos de programa?", menciona Alejandra.

"Es un programa de joda. Aquí nada se toma en serio".

Los ingredientes para el canelazo

Radio Canela es para los ecuatorianos desinteresados e henchidos de las noticias y la zozobra. Es para quienes buscan distensión en la expresión cotidiana, la risa desinhibida, y por qué no en la música de bares y discotecas. Animación y entretenimiento desde la hora del desayuno.

Su servicio social es el relax, "el desestrés", como lo describe Alejandra. "Hay el chiste, hay la patanada, la sangnada, el doble sentido, fino pero sí lo hay".



El gozo no aligera únicamente el día de los radioescuchas. Los locutores también se divierten en el estudio. "Los oyentes" notan que es algo natural. Eso es algo importante también del programa, que es súper espontáneo", dice Harold Díaz.

Sobre la espontaneidad y la contingencia de los eventos se estructura la agenda del contenido. Por un lado, el diálogo entre los locutores abarca hechos que corresponden al patrimonio común de los seres humanos: el "cómo nos sentimos", las vivencias de la infancia, la adultez, y otras, como las quejas que atañen al funcionamiento de la ciudad y el país.

Aquí, los participantes se convierten en protagonistas pasajeros con una llamada transmitida al aire; y por un breve instante, atizan con humor o lamentos el segmento radial. "Mucha gente nos ha llamado a decir gracias, porque realmente estaba triste y nos dicen ustedes son alegría para mí", indica Pato Fortuni.

Cuando de información se trata, las portadas de los periódicos se convierten en el respaldo explicativo. Deportes, noticias internacionales y política local atildados con humor, por supuesto.

La investigación y comprobación de datos, empero, no son constituyentes de estas tertulias. "Cuando hablamos de cualquier situación que sucede en la ciudad o en el país, no hilamos muy fino" aclara Alejandra Duque, "sino que comentamos acerca de lo que todo el mundo sabe". La risa y el saber general, entonces, priman sobre la información.

Las leyes y las oportunidades no creadas

Las repercusiones de la Ley Orgánica de Comunicación alcanzan a todos los medios de comunicación en sus varias plataformas. Múltiples radios nacionales han sido amonestadas con sanciones administrativas y civiles. Desde la implementación de este cuerpo legal en junio del 2010, Radio Canela ha sido amonestada por tres ocasiones, según un reporte de Fundamedios. Una disculpa pública por

contenido discriminatorio para Canela Guayas; y dos multas financieras que suman \$7.566,39 para Canela Quito y Guayas.

Con estas disposiciones, la radio se suma a la lista de los 51 medios privados que han sido sancionados en estos últimos dos años y medio.

"Cuando hablamos de cualquier situación que sucede en la ciudad o en el país, no hilamos muy fino".

Sin embargo, a pesar de las amonestaciones, Patricio Fortuni, Alejandra Duque y Harold Díaz no han perdido los efectos de la ley sobre el medio, quizá porque desconocen el alcance que ha tenido sobre la propia radio.

"El tener música en nacional, siempre lo hemos hecho aquí y el hablar cosas que ofendan a otra persona, tampoco. Por eso a nosotros no nos han multado nunca. Multa de absolutamente nada", indica Pato Fortuni. Alejandra Duque, igualmente, alega no sentirse afectada por las disposiciones del reglamento jurídico sin embargo evita hablar de temas que se caracterizan por la controversia.

La responsabilidad social que conlleva el estar detrás de un micrófono es, en efecto, incommensurable. "Yo estoy de acuerdo con que haya una Ley de Comunicación", indica Harold; una ley que para el locutor, cierra puertas a discursos discriminatorios, ofensivos y las mezquindades humanas.

Este panorama, sin embargo, no es la causa por el que no se han desarrollado propuestas de periodismo de humor - o humor sustentado en periodismo - en la radio. Según los locutores, este formato todavía no se ha gestado por las incompatibilidades socio-culturales entre las fórmulas de programación extranjera y los países donde se pretenden aplicar. "Lo que funciona en Estados Unidos no significa que vaya a funcionar aquí para los ecuatorianos", opina Harold Díaz.

