

## **Comunicación y educación: una vía para la participación ciudadana**

**Jackeline Escalona Contreras**

jackeescalona@hotmail.com

### **Resumen**

Esta ponencia es una sistematización de una experiencia de educación desarrollada desde el Programa de Formación de Grado de Comunicación Social de la Universidad Bolivariana de Venezuela en 2006. El objetivo fue analizar e impulsar espacios para la participación y comunicación alternativa en los entornos locales. Investigación Acción Participante (IAP) fue la metodología que marcó el desarrollo de la experiencia. La interacción permitió activar en la participación a un grupo de vecinos de la comunidad Andrés Eloy Blanco (parroquia Cecilio Acosta, municipio Maracaibo) para el análisis de los medios de comunicación de masas y al mismo tiempo ratificar la necesidad de construir espacios de participación, lo que llevó a conformar un periódico comunitario denominado El Cotorreo. La investigación concluyó que la educación popular es necesaria en los procesos de organización comunitaria. Sólo a través de ésta se logran abrir los espacios para la participación social, claro está que la comunicación atraviesa esos caminos promoviendo formas alternativas de enfrentarse a la pararealidad impuesta por las empresas de medios. En este sentido, frente al discurso mediático es indispensable abrir el diálogo desde los entornos locales y analizar cómo ese mensaje es construido y con qué finalidad, para poder fundar caminos hacia una comunicación distinta, pero sólo es posible a través de la educación de ciudadanos.

**Palabras clave:** Comunicación, educación, diálogo

### **Introducción**

En la actualidad, no podemos negar la existencia de lo que Armand Mattelart (2002) denomina como la *Sociedad de la Información*<sup>1</sup>, constituida bajo la lógica capitalista, con el fin de consolidar la hegemonía de quienes controlan las tecnologías de información e inteligencia. Esas tecnologías, han llevado cualquier evento a los medios de comunicación, se puede decir que el mundo

---

<sup>1</sup> Mattelart, Armand. Historia de la Sociedad de la Información. 2002. Paidós. Francia.

actual está mediatizado, los canales o vías para adquirir información son parte integral de la sociedad. Los ciudadanos se encuentran frente a un bombardeo de información sobre el mundo, que se vende como la verdad, pero que en realidad depende de múltiples factores, que van desde la percepción del emisor, hasta los intereses de la empresa difusora.

Hay que resaltar, que la concentración de la propiedad de los medios de comunicación de masas es una de las consecuencias de la Sociedad de la Información, muy pocos controlan el espacio radio eléctrico, los medios impresos y hasta electrónicos; una industria que se dedica a la producción de sentidos, cuyo propósito es mantener una sociedad basada en el consumo masivo.

Mientras lo anterior ocurre, hoy la apuesta de un sector del mundo está orientada a la consolidación de una sociedad alternativa, centrada en el ser humano, en la búsqueda de una ética que privilegie los procesos colectivos, la responsabilidad social, el bien común, el equilibrio ecológico y la espiritualidad; y por supuesto, la democratización del acceso a los medios de comunicación social.

En estas líneas preciso, cómo desde los entornos locales se pueden generar formas alternativas de comunicación desde la educación, que permitan resistir al discurso hegemónico de los medios de difusión de masas, la construcción de un movimiento que lleva de la mano la educación y la comunicación popular.

La comunicación popular se ha desarrollado en gran magnitud en los últimos años, y América Latina es el lugar en donde la diversidad de experiencias enriquece día a día la producción comunitaria, y la explicación se encuentra en la distribución tan desigual de la propiedad de los medios, lo que ha permitido que surjan nuevos espacios que le den cabida al diálogo intercultural.

### **La necesidad de hablar de comunicación**

No podemos eludir lo que se ha escrito e investigado sobre la comunicación. Desde lo más básico, se entiende por comunicación el

proceso utilizado para difundir ideas e influir en otras personas; ya Aristóteles, en su *Retórica*, resalta su importancia persuasiva y señala tres elementos que la componen: el que habla, sobre qué se habla y el oyente, con lo cual empiezan los primeros estudios en el área.

A principios del siglo XX, el funcionalismo norteamericano estableció que la comunicación reside en el uso de los medios de difusión masiva, y aún es posible encontrar literatura sobre el tema que mantenga esa tesis. Durante algún tiempo, los estudios se limitaron a los medios de difusión, desde la visión funcionalista o la crítica ideológica de los mensajes y de la propiedad de los medios de producción encaminados por la escuela de Frankfurt, pero siempre desde el emisor y el receptor.

Luego emergieron nuevos enfoques como los estudios culturales, que llevaron a la discusión lo cotidiano en la comunicación. Éstos empezaron a mostrar como la comunicación debe mirarse desde los procesos culturales, desde la dialéctica de la elaboración de significados, donde los sujetos en interacción permanente producen el sentido y los contextos dan cabida resemantizando los mensajes.

Definitivamente, la comunicación está en el hombre y su relación con el entorno; de hecho, Humberto Eco (1986:29) señala que la cultura es comunicación, "en la cultura cada entidad puede convertirse en un fenómeno semiótico"<sup>2</sup>, la cultura está llena de significados que se emiten y codifican constantemente a través de procesos comunicativos.

Es necesario destacar, además, la reflexión que expresó Antonio Pasquali (1990:51) cuando dijo que la "comunicación es la relación comunitaria humana consistente en la emisión –recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad"<sup>3</sup>. Este enunciado permite diferenciar la emisión de mensajes a través de

---

<sup>2</sup> Eco, Humberto. *La Estructura ausente, Introducción a la semiótica*. 1986. Editorial Lumen. Barcelona. España.

<sup>3</sup> Pasquali, Antonio. *Comprender la comunicación 1990*. Monte Ávila Editores. Caracas. Venezuela.

medios, de lo que hoy conocemos como comunicación. Pasquali maneja categorías como: relación comunitaria humana; destacando además, que es un proceso que privilegia lo COMÚN, parte de elementos compartidos que van desde los códigos, lenguajes, hasta creencias, valores e ideologías. Esa comunicación que se vive en los hogares, las calles, en las aulas y se respira en el aire; ese diálogo liberador en el que se encuentran y se reencuentra continuamente los hombres y mujeres.

Sin embargo, hay que tener claro la presencia de los medios en todos los espacios de la vida social y de cómo su lógica atraviesa los imaginarios de los hogares venezolanos. De hecho, Charaudeau (2003:12) señala que los medios tienen una lógica semiológica “según la cual todo órgano de información debe considerarse una máquina productora de signos (es decir, de formas y de sentidos), que se originan en la parte de la actividad humana dedicada a construir sentido social”<sup>4</sup>.

### **Los medios comunicación de masas como espacios para la participación ciudadana**

Uno de los elementos que me interesa enfatizar está vinculado a la participación. Hoy día los medios son el lugar idóneo para participar en cualquier ámbito de la vida social, los espacios públicos se han convertido en espacios mediáticos, no es casual; por ejemplo, ver a ex dirigentes conduciendo programas en los canales de televisión nacionales y regionales; se debe a la credibilidad que aún tienen los medios en un sector de la población.

Néstor García Canclini (1989:269) resalta que “los medios se han convertido hasta cierto punto en los grandes mediadores y mediatizadores, y por lo tanto en sustitutos de otras interacciones

---

<sup>4</sup> Patrick, Charaudeau. El discurso de la información. 2003. Editorial Gedisa. Barcelona. España.

colectivas”<sup>5</sup>. Sin embargo, Barbero y Rey (1999:57), diez años después, señalan que los medios, más que mediadores, hoy día son actores sociales, “ante su legitimidad como sujetos que intervienen activamente en la realidad”<sup>6</sup>; posición con la que coincido. El caso venezolano es un fiel ejemplo de cómo los medios se han transformado en actores sociales o políticos.

Cabría preguntarse ¿quiénes tienen acceso a los medios en América Latina? Aproximadamente el 90% de los medios están en manos de la empresa privada, grandes consorcios monopólicos que controlan el mercado de la producción de sentidos y de la construcción de opinión pública.

O’Sullivan (1989:19) expresa que “la estructura del sistema comunicativo refleja una concentración del poder decisorio en las manos de las organizaciones públicas o privadas donde las audiencias tienen poco o escaso impacto”<sup>7</sup>. La monopolización del control de los medios en el mundo es un tema preocupante, los avances que se han dado en la democratización del espacio radio eléctrico en América Latina no han sido suficientemente significativos; en Venezuela el Estado está haciendo grandes esfuerzos y hoy es posible observar un gran número de medios comunitarios y alternativos, organizados en red o colectivos que buscan auto regularse y complementarse, pero el camino está lleno de luchas que llevan de la mano a la organización social.

La participación social y plural ha ganado espacios a través de los medios comunitarios y alternativos; no obstante, gran parte de nuestro espacio radio eléctrico sigue dominado por la empresa privada, que con su lógica mercantil acrecienta en los imaginarios colectivos valores que al imperialismo le son necesarios para mantener el sistema y legitimar sus acciones en el mundo. En este

---

<sup>5</sup> García Canclini, Néstor. Culturas híbridas. 1999. Editorial Grijalbo. México.

<sup>6</sup> Martín Barbero, Jesús y Rey, Germán. Los ejercicios del ver. Editorial Gedisa. España.

<sup>7</sup> O’ Sullivan, Jeremiah. Alternativas comunicacionales en Venezuela. 1989. Editorial Ex Libris. Venezuela.

sentido, Ludovico Silva (1977:226) afirma que la industria cultural "se dedica a la producción de valores y representaciones destinadas al consumo masivo, o sea: es una industria productora de ideología en sentido estricto, destinada a formar ideológicamente a las masas"<sup>8</sup>.

Los medios se han apropiado del espacio público y son muy pocos quienes tienen acceso a ese espacio, sumado al hecho de que son máquinas de producción de significados desde su perspectiva, llegando en algunos casos a construir una pararealidad, "*...los medios no transmiten lo que ocurre en la realidad social, sino que imponen lo que construyen del espacio público*"<sup>9</sup>. Legitiman unas acciones y deslegitiman otras, (Charaudeau, 2003:15).

El caso venezolano es un fiel ejemplo, durante el 2001 y 2002, los ciudadanos fueron testigos de cómo los medios pasaron a ser, no sólo sujetos políticos, sino actores políticos de la oposición, promovieron de manera clara un Golpe de Estado, que quedó en la memoria colectiva del mundo, reconstruyeron la realidad utilizando como estrategia de la repetición de algunos mensajes y ocultando otros. Así lo expresa Luís Brito García en el libro *Dictadura mediática*<sup>10</sup>:

"...inflan concentraciones opositoras, convierten en paro total un cierre patronal parcial, inventan la renuncia de un Presidente que no ha renunciado- también desaparecen la realidad que existe...Así han recorrido los medios privados venezolanos el camino desde la irresistible ascensión hacia la dictadura mediática hasta la caída en el vacío de credibilidad".... ". (Brito, 2008: 439).

---

<sup>8</sup> Silva, Ludovico. *Plusvalía ideológica*. 1977. Ediciones de la Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela. Caracas. Venezuela.

<sup>9</sup> Charaudeau, Patrick *El discurso de la información*. 2003. Editorial Gedisa. Barcelona. España.

<sup>10</sup> Brito García, Luís. *Dictadura Mediática*. 2008. Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información. Caracas-Venezuela

Evidentemente, tal desatino culminó en el desplome de la credibilidad mediática. Es por ello que, sin querer menospreciar el receptor de los medios y las pruebas que dio en Venezuela de su sentido crítico, es necesario precisar que en el país, por cada hogar, hay como mínimo un televisor, que a nivel cuantitativo nos dice la penetración que ha tenido dentro de las familias. Habría que releer El mago de la cara de vidrio de Eduardo Liendo para describir cómo fue la irrupción de ese medio en los hogares o, simplemente, buscar las estadísticas de ventas de aparatos en los últimos diez años.

Considero que, además, es justo analizar la penetración de este medio desde su programación en el horario cotidiano de las personas; y, por ejemplo, visualizar que la hora del almuerzo en muchas familias es durante el noticiero y antes de la novela de la una de la tarde. La cotidianidad es construida de acuerdo a la dinámica presentada por los medios, en especial la televisión.

### ***La lucha por la democratización de la comunicación***

Mientras lo anterior ocurre, hay un espacio dinamizado por las relaciones sociales, en el que tienen lugar las luchas por la participación, construyendo nuevas formas para la comunicación local, donde la asamblea de ciudadanos retoma el papel para la discusión de los asuntos de interés colectivos, inclusive de aquellos creados por la gran empresa mediática.

Los medios comunitarios tienen una larga historia en los países del sur de América, hoy son legitimados y dejan de estar rezagados. En Venezuela, desde hace ocho años se ha constituido todo un marco legal compuesto por la Ley de Telecomunicaciones, el Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta comunitarias de Servicio Público, La Ley de Responsabilidad Social para Radio y Televisión, lo que ha permitido la regulación y el apoyo gubernamental.

De hecho, para el 2006 la Comisión Nacional de Telecomunicaciones de Venezuela (CONATEL) señala en sus estadísticas que ha habilitado entre el año 2002 y el 2006 a 193 medios comunitarios en todo el territorio nacional, de los cuales 27 son de televisión abierta y 166 de radiodifusión sonora, cifras que continúan en aumento.

En los espacios locales escuchar hablar de los medios comunitarios cada día es más común, cada barrio quiere, y en muchos casos, elaboran su periódico; los avances en esta materia han sido abismales, no sólo en lo que respecta al nacimiento de nuevos medios que buscan resistir a la industria cultural, sino en cuanto a la comprensión del modelo comunitario; puesto que no se trata solamente de que lo construyan en la comunidad, los alcances son mucho más profundos y apuntan a nuevas formas de comunicación, de un mensaje que lleva consigo la democratización, la participación, espacios que le dan cabida a la diversidad.

Como lo señala Vigil (1997):

“Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses....cuando informa verazmente...cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésa es una radio comunitaria.”<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> López Vigil, José Ignacio. Manual urgente para radialistas apasionados. 1997. Quito. Ecuador.



Esa descripción de la lógica de la radio comunitaria es aplicable a todos los medios comunitarios, y deja claro el sentido de lo que se está conformando en Venezuela, un sistema comunicacional que se sustenta a la libertad de la palabra, que ha estado históricamente secuestrada y que hoy busca su espacio en la boca de los excluidos.

La democratización de los medios de comunicación pasa por entender que nadie es dueño de la palabra, ni mucho menos de la comunicación, pero lo más importante es saber que esos espacios hay que construirlos, es desde las comunidades como van a emerger estos procesos y el camino va de la mano con la educación. Es que la comunicación popular es educativa, su fin es construir a través de la participación a ese sujeto reflexivo que es capaz de trascender al discurso mediático e incorporarse en la vida social, cultural y política.

Sólo en lo cotidiano, en las comunidades, la comunicación popular tiene sentido, en las organizaciones sociales, en las cooperativas, en los comités de trabajo, la palabra tiene un poder liberador en la construcción de una cultura de la participación.

Las experiencias en el mundo se nutren unas con otras y permiten en la práctica ir entendiendo que no existe manual para la comunicación, que las diversidades se hacen presente, las formas de organización y por supuesto de participación moldean las vivencias de la comunicación en los sectores populares.

### **La educación vista desde la comunicación y la participación**

Es imposible ver la educación separada de la comunicación popular; y es que la comunicación está inmersa en todos los procesos sociales que llevan consigo el objetivo de transformar la conciencia del sujeto para activarlo en la participación y organización social.

Esta educación, no es popular porque esté impartida en los sectores populares, sino porque busca ganar espacios de justicia social y democracia, para el excluido, el oprimido, como en su

momento lo enfatizó Paulo Freire en la Pedagogía del Oprimido<sup>12</sup>, es la educación dirigida a la conciencia, que se propone el despertar del pueblo que dirige su camino hacia la liberación.

Jara (2007:28) resalta dos aspectos claves que tiene que promover la educación, el primero está orientado a “una educación para la participación, que fomente y contribuya a la formación de capacidades de intervención sobre la realidad (económica, social, cultural, ambiental) para transformarla”; y como segundo aspecto, deber ser “una educación participativa, por medio de un esfuerzo crítico colectivo y dialogal por producir activamente y con el protagonismo de quienes participan”.

La educación es la vía para la construcción de una cultura encaminada a la participación ciudadana, que no se limita a ejercer el derecho al sufragio en los procesos electorales, va mucho más allá, y apunta a desarrollar un sistema de justicia y democracia que le de participación en todos los ámbitos que le atañen desde su comunidad hasta el país, con plenos derechos sociales, económicos, políticos, culturales y comunicacionales.

La comunicación atraviesa todos los ámbitos que componen la sociedad, es por eso que se deben aprovechar esos espacios como una vía para lograr la organización y participación; los medios comunitarios permiten educar a los participantes, conformar una ciudadanía activa en los asuntos de interés social.

Las radios, los periódicos, grupos de teatros, danza y las diversas formas expresivas que existen se han utilizado para construir caminos de diálogos, para formar a ese ciudadano, utilizando como estrategia a la educación popular. Refiriéndose al proyecto “El cassette que responde” desarrollado en una cooperativa

---

<sup>12</sup> Freire, Paulo. Pedagogía del Oprimido. 1999. Editorial Siglo Veintiuno, México.

agrícola de Uruguay, Mario Kaplún (1985:44) señala que este medio permitió constituir un sistema comunicativo interactivo que generó participación, compromiso, organización, sentido de pertenencia y conciencia cooperativista entre las personas involucradas en el proyecto.<sup>13</sup>

Para eso, instituciones de educación deben entender que el saber que se requiere para formar a ese ciudadano no se encuentra solamente en los libros, no lo tiene el profesor, se encuentra en la interacción cotidiana, en la consolidación de espacios en los que se permita discutir incluso de los que consideramos una verdad absoluta. Y los medios comunitarios son una estrategia para el encuentro.

Lo anterior se resume en lo que Abad Domínguez (2006:70) considera es la función de la comunicación revolucionaria, que parte por organizar “de manera diferente, ideas e instituciones que tenemos medios esbozadas, hacernos ver mejor, hacernos ver “a través de”, ponernos en sintonía con nosotros mismos y con todo lo que nos rodea para organizarnos mejor, luchar mejor, buscar lo mejor en cada acción humana”<sup>14</sup>.

### **Una experiencia de educación y comunicación desde lo local**

La experiencia se desarrolló en el marco de la Unidad Curricular Proyecto II del Programa de Formación de Grado en Comunicación Social de la Universidad Bolivariana de Venezuela. Este intercambio surgió en el año 2005 en la comunidad Andrés Eloy Blanco, sector II, de la parroquia Cecilio Acosta de Maracaibo, estado Zulia. Durante un año, el equipo de investigación constituidos por 21 estudiantes, seis profesores de las unidades curriculares (Discurso Periodístico I,

---

<sup>13</sup> Kaplún, Mario. El cassette que responde.1985. El CIIC informa. Uruguay.

<sup>14</sup> Abad Domínguez, Fernando Buen. Manifiesto de la comunicación. 2006. Ministerio de Comunicación e Información. Venezuela.

Discurso Audiovisual I, Historia de Venezuela, Pensamiento Político Venezolano, Semiótica, Ética y Análisis del dato estadístico), uno de Proyecto II y los vecinos, se preguntaron cuál es la construcción que realizan los medios de comunicación de masas sobre las comunidades; y concluyeron que las comunidades o barrios marabinos cuando no están invisibilizadas por los medios son construidos como espacios de delincuencia y desidia.

Inicialmente hay que explicar, que se pretendió desarrollar una propuesta pedagógica que parte de la articulación de las unidades curriculares que componen el pensum con el Proyecto de investigación del año que están cursando; en este caso Proyecto II: Comunicación, cultura, política y democracia, partiendo de la construcción de los saberes. Esto permitió una verdadera vinculación entre las áreas de conocimientos de las unidades curriculares y la práctica comunitaria; por ejemplo, Discurso periodístico no sólo les permitió a los estudiantes desmontar el discurso de los medios sobre las comunidades, sino crear uno propio a través de la redacción de reportajes, crónicas y otros textos.

La metodología no tuvo las ataduras que impone el método positivista, privó la libertad en la interacción, en las entrevistas, conversaciones, talleres, vídeos o simples recorridos permitieron conocer la riqueza simbólica presente en el barrio. La Investigación Acción Participante (IAP) acercó a los estudiantes a prácticas de investigación que privilegian lo humano, a la sensibilización y a la acción transformadora de todos los sujetos involucrados.

Según Montero (2004: 161) uno de los atributos del IAP es "ser parte de un proceso que integra investigación, educación y acción, implementadas colectiva y solidariamente". Obviamente, el grupo de investigación estaba claro que el fin de la investigación era analizar e impulsar espacios para la participación y comunicación popular en los entornos locales, para lograr esto era necesario involucrar a los actores sociales a participar activamente en el proceso.

### **Algunos resultados de la práctica socio-educativa**

Durante la *Fase de Acercamiento* los estudiantes empezaron a interrelacionarse inicialmente con los líderes y fundadores de la comunidad, reconocidos así por el colectivo, miembros de organizaciones, como la asociación de vecinos. La reconstrucción de la historia local marcó el reconocimiento de los sujetos involucrados en la interacción, en el transcurso de los primeros tres meses se había conformado un grupo de vecinos motivados a participar en las actividades planteadas.

Durante la *Fase de Interacción*, se realizó el Diagnóstico participativo, el grupo de estudiantes 21-19 debatió con un grupo vecinos del barrio, en asambleas, mesas de trabajo, relatos de vida, discusiones reflexivas y entrevistas participativas<sup>15</sup> en torno a la comunicación, los medios privados de difusión y la cotidianidad.

El análisis del discurso realizado a la información recolectada y la misma interacción cotidiana, permitió que el grupo se adentrara en la subjetividad cultural de las personas; y percibir la diversidad religiosa presente en las comunidades (evangélica, católicas, testigos de Jehová, adventistas y santeros). Y encontrar el "sincretismo religioso" resultado de esa diversidad, en la práctica de ritos y creencias de diferentes religiones sin caer en contradicción; como es el caso de San Juan Bautista que es homenajeado desde los ritos católicos hasta los santeros, muchas veces por las mismas personas, lo cual deja en evidencia las raíces históricas que unen a nuestros pueblos.

Desde esa subjetividad, aparece la cotidianidad, la familia como un elemento central en la vida de todo hombre, mujer, niño o niña. La mujer, por su parte, aparece como el pilar fundamental en el hogar; sin embargo, ésta es invisibilizada por los medios de difusión de información y convertida en un objeto de deseo para el consumo;

---

<sup>15</sup> Montero, Maritza. Entrevista participativas y discusiones reflexivas técnicas frecuentes en el trabajo comunitario. (2004:209)

sus luchas y triunfos son minimizados en la industria cultural al estereotipo mediático construido alrededor de ella.

En la interacción con los vecinos se analizó de qué manera los medios de comunicación privados están presentes en la intersubjetividad, que va desde los nombres de las personas que son contruidos a partir de las telenovelas del momento, hasta las percepciones de la realidad. Mientras tanto, la cotidianidad de la comunidad no está presente en los medios, la industria cultural crea una realidad a partir estereotipos que nada tienen que ver con la riqueza cultural presente en cada barrio de Maracaibo.

Durante un año, se discutió inclusive en mesas de trabajo, sobre cómo los medios atraviesan los imaginarios y construyen un discurso hegemónico que poco se parece a la cultura cotidiana de los barrios venezolanos. Los vecinos y el grupo de estudiantes coincidieron después de analizar varios medios de comunicación, como en la prensa escrita, la radio y la televisión, las informaciones que difunden giran en torno a dos temas: delitos cometidos en la comunidad y problemas con los servicios públicos, lo cual genera la necesidad de un espacio de comunicación alternativo que le de cabida a la diversidad que los caracteriza.

De esta manera, el equipo se adentró a lo que fue la *Fase de Planificación y Ejecución*. De allí, surgió la inquietud de desarrollar una idea que había nacido hacía algún tiempo en los vecinos, era construir un periódico que recogiera ese imaginario ignorado por los medios de difusión de masas.

Se constituyó un equipo compuesto por vecinos y estudiantes de la parroquia, un comité editorial con pautas y responsabilidades, con la complejidad que tiene todo proceso de educación popular, se generaron formas de organización en donde la diversidad étnica, académica, religiosa, incluso, generacional, estuvo presente.

La propuesta inició con un periódico mural que lleva por nombre *EL COTORREO*, éste permitió que los vecinos se fueran familiarizando

con la comunicación popular o comunitaria, se logró integrar en su elaboración a niños, jóvenes y adultos.

Se realizaron talleres de producción de medios comunitarios y reuniones semanales del comité editorial, lo que permitió la elaboración del primer número del periódico, con textos contruidos por los vecinos y otros por los estudiantes, entre sus reportajes resaltan uno sobre la historia de la parroquia, dos sobre personajes de la comunidad y un espacio para poetas populares; seguidamente se editó el segundo.

Finalmente el grupo de estudiantes terminó su Proyecto II en la comunidad, *dentro de la Fase de Evaluación*, es importante resaltar, que aquellos educandos que habían sido tocados por el proceso de sensibilización se quedaron trabajando en el periódico, ya no como estudiantes, sino como vecinos de la misma parroquia. Dos años después, la experiencia de comunicación popular continúa, unos se han ido y otros han llegado; esta organización dio paso a la conformación del Consejo Comunal en el 2007, y ahora es, desde el Comité de Información donde se elabora el periódico comunitario *El Cotorreo*.

Los aprendizajes fueron infinitos, para los estudiantes, los vecinos y los profesores, que durante el proceso se convirtieron en un equipo de investigadores.

### **Consideraciones generales**

La educación popular es necesaria en los procesos de organización comunitaria, sólo a través de ésta se logran abrir los espacios para la participación social, claro está que la comunicación atraviesa esos caminos promoviendo formas alternativas de enfrentarse a la pararealidad impuesta por las empresas de medios.

En este sentido, frente al discurso mediático es indispensable abrir el diálogo desde los entornos locales y analizar cómo ese mensaje es construido y con qué finalidad, para poder fundar

caminos hacia una comunicación distinta, pero sólo será posible en la educación de ciudadanos críticos, con una conciencia libertaria.

No hay moldes para hacer comunicación popular, comunitaria o alternativa, pero sí muchas experiencias que desde las diversidades permiten que en el intercambio se nutran; es el espacio donde la creatividad, la responsabilidad, el respeto y la libertad tienen rol fundamental. La educación es un camino para impulsar estos procesos, en una dialéctica que permite por un lado la sensibilización del estudiante con los procesos comunitarios, en donde se reconoce como sujeto; y al mismo tiempo, impulsa en las comunidades formas de organización.

Los estudiantes deben realizar sus Proyectos en las comunidades no sólo porque permite una vinculación entre la teoría y la práctica, sino porque es indispensable impulsar el encuentro de la palabra, ese diálogo transformador, en el que tanto los vecinos de la comunidad como los estudiantes construyen una nueva concepción de los espacios sociales.

Queda claro que el despertar de la conciencia lleva de la mano a la educación en el diálogo de saberes y el reconocimiento del otro, elementos que son esenciales para encaminar proyectos que busquen el respeto de la comunidad y no la imposición de un conocimiento pre-establecidos. Cuando los procesos se viven buscando el bienestar colectivo y afianzando la conformación de un pensamiento crítico se está transformando la conciencia.

Lo anterior lleva consigo romper la clásica concepción de la educación formal y abrir las puertas de las aulas en busca espacios en las comunidades, para desde lo colectivo reflexionar sobre la práctica cotidiana, y el desafío es lograr que se desdibujen las líneas que separan al estudiante de su propio barrio, donde se reconoce y afianza su identidad en la construcción de un modelo de sociedad alternativa.



## Referencias bibliográficas

Abad Domínguez, Fernando Buen (2006) Manifiesto de la comunicación. Ministerio de Comunicación e Información. Venezuela.

Brito García, Luís. (2008) Dictadura Mediática. Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información. Caracas-Venezuela

Charaudeau, Patrick (2003) El discurso de la información. Editorial Gedisa. Barcelona. España.

Eco, Humberto (1986) La Estructura ausente, Introducción a la semiótica. Editorial Lumen. Barcelona. España.

Freire, Paulo (1999) Pedagogía del Oprimido, Editorial Siglo Veintiuno, México.

García Canclini, Néstor (1989) Culturas híbridas. Editorial Grijalbo. México.

Jara, Oscar (2007) Educación, participación y cambio social hacia la búsqueda de otro desarrollo. En: Participación ciudadana y sistematización de experiencias. Editorial Investigaciones ALBOAN.

Liendo, Eduardo (2000) El mago de la cara de vidrio. Monte Ávila Editores. Caracas, Venezuela.

López Vigil, José Ignacio (1997) Manual urgente para radialistas apasionados. Quito, Ecuador.

Kaplún, Mario (1985) El cassette que responde. El CIIC informa. Uruguay.

Mattelart, Armand (2002) Historia de la Sociedad de la Información. Paidós. Francia.

Matín Barbero, Jesús y Rey, Germán. Los ejercicios del ver. Editorial Gedisa. España.

Montero, Maritza (2004) Hacer para transformar. Editorial Paidós. Buenos Aires. Argentina.

O' Sullivan, Jeremiah (1989) Alternativas comunicacionales en Venezuela. 1989. Editorial Ex Libris. Venezuela.

Pasquali, Antonio (1990) Comprender la comunicación. Monte Ávila Editores. Caracas. Venezuela.

Silva, Ludovico (1977) Plusvalía ideológica. Ediciones de la Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela. Caracas. Venezuela.

Vázquez Montalbán, Manuel (1997) Historia y Comunicación social. Editorial Nuevos Instrumentos Universitarios. Barcelona. España.