

## **El poder popular en la comunicación comunitaria alternativa**

**Andricks Luz Paz Correa**  
pazvilloria@hotmail.com

### **Resumen**

A través de la unidad curricular integradora Proyecto damos a conocer los resultados del proceso de inserción sociocomunitaria realizado durante tres años consecutivos en la urbanización San Jacinto, parroquia Juana de Ávila del municipio Maracaibo, estado Zulia, Venezuela, aplicando diversos métodos cualitativos y cuantitativos, como relatos de vida, marco lógico, planificación estratégica y proyecto factible. La investigación de Proyecto II está sustentada en relatos de vida y encuestas, necesarios para la reconstrucción de la historia de la comunidad, contada por sus propios integrantes y, para conocer cómo influye el consumo mediático en la identidad, prácticas culturales e imaginario social de los habitantes de San Jacinto. Durante el desarrollo de Proyecto III, siguiendo la política de Estado para la conformación de los consejos comunales, decidimos conocer la problemática comunicacional existente en dicha comunidad. En vista de la situación estudiada se crea un plan comunicacional de medios comunitarios alternativos, el cual tiene como finalidad consolidar los consejos comunales y capacitar como promotores de la comunicación comunitaria a los miembros de los comités de comunicación e información y a la comunidad. En Proyecto IV ejecutamos el plan comunicacional, previa aprobación de los miembros del consejo comunal la Marina II y los vecinos del sector dos, y realizamos actividades como censo, asambleas, talleres de capacitación y la edición del periódico El Comunal.

**Palabras clave:** Participación ciudadana, comunicación popular, medios comunitarios alternativos, democracia participativa.

### **Introducción**

A continuación damos a conocer el proceso de investigación realizado por estudiantes de la Universidad Bolivariana de Venezuela, sede Zulia, del Programa de Formación de Grado Comunicación Social. Tomando en cuenta la política de Estado que se está gestando en la actualidad, buscando reforzar el trabajo social y el contacto con las comunidades.

Dichas investigaciones las realizamos durante tres años consecutivos de inserción sociocomunitaria, aplicando diversos métodos como el cualitativo, cuantitativo, marco lógico, planificación estratégica y proyecto factible.

El estudio realizado durante Proyecto II, está sustentado en encuestas que sirvieron para conocer cómo el consumo mediático influye en la identidad, prácticas culturales e imaginario social de los habitantes de la comunidad de San Jacinto y, en relatos de vidas como instrumentos para la reconstrucción de la historia de la comunidad a partir de las experiencias narradas y vividas por sus habitantes.

A través de la Unidad Curricular Proyecto III, siendo ya técnicos superiores universitarios en Producción de Medios y estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Bolivariana de Venezuela, sede Zulia, acatamos, institucionalmente, la política de Estado para la conformación de los Consejos Comunales, por lo que decidimos conocer, siguiendo los lineamientos metodológicos de proyectos factibles y marco lógico, la problemática comunicacional existente en la comunidad San Jacinto; identificado como situación problema la existencia de "débiles medios de información, promoción y difusión comunitarios alternativos para la conformación y consolidación de los Consejos Comunales en la parroquia Juana de Ávila, municipio Maracaibo, afectando los niveles de participación ciudadana y construcción del poder popular en la toma de decisiones de la gestión pública local".

En vista de la situación estudiada, diseñamos El Plan Comunicacional de Medios Comunitarios Alternativos, el cual tiene como finalidad promover y consolidar los Consejos Comunales y capacitar como promotores de la comunicación comunitaria a los miembros de los Comités de Comunicación e Información y, a la comunidad en general. Luego de diseñada la propuesta, la misma se presentó ante el Consejo Coordinador Parroquial del Centro del Poder

Popular Juana de Ávila (CPP), teniendo la aceptación para su ejecución.

El Plan Comunicacional incluye la creación de los siguientes medios comunitarios que brindan la posibilidad de participación y protagonismo a los habitantes de la comunidad y sirven como vía de comunicación alternativa.

**Visión Comunal:** son producciones audiovisuales con una visión distinta para la difusión y consolidación de los Consejos Comunales en la urbanización San Jacinto, a través de micros, reportajes y documentales fortaleciendo las políticas de Estado y promoviendo la comunicación comunitaria.

**Voz Comunal:** es un programa radial que será transmitido por la emisora comunitaria Radio Vereda Libre 104.7 FM. Busca, de diferentes maneras, ofrecer una cobertura comunicacional en materia de Consejos Comunales, sin deslindarse de hechos noticiosos de gran relevancia.

**Opinión Comunal:** se trata de establecer contacto directo con la comunidad, mediante actividades grupales y personales que incentiven a los habitantes a participar en los equipos de investigación, destinados a conocer la opinión de los vecinos de la urbanización San Jacinto; en relación a los Consejos Comunales.

**Alternativa Comunal:** la radio parlante también llamada radio callejera, propone un espacio de articulación de temas relacionados con los modos de hábitat de la comunidad. Utilizando un sistema de amplificación de sonido con parlantes, se desarrollan, al aire libre, programaciones radiofónicas completas, difundiendo mensajes, noticias, música, entrevistas e incluso programas educativos. Contando así con la participación de los vecinos e invitados de interés.

**Web Comunal:** La página Web, motiva a las personas de la comunidad en el uso de la tecnología, a fin de explotar el Internet para aprovechar su capacidad informativa y alcance geográfico.

**Pared Comunal:** el periódico mural, es un proyecto presentado a la comunidad como una actividad lúdica, así como para dar información de los acontecimientos del entorno, que propicie el trabajo en equipo, el liderazgo, las actividades estética y el sentido de corresponsabilidad a los miembros de la comunidad para promover los valores y la cultura.

**El Comunal:** es un periódico comunitario que le permitirá a la comunidad informarse del acontecer local. Surge con la idea de ofrecer a los lectores otras vías y herramientas para difundir sus costumbres, experiencias y posibles vicisitudes. A través de este se incluirá a las organizaciones sociales de los sectores de la urbanización San Jacinto, como eje fundamental del modelo participativo que los usuarios deben tener dentro de los medios de comunicación.

El Plan Comunicacional, en esencia, contempla el establecer contacto directo con la comunidad, mediante actividades grupales, individuales y, con la creación de talleres que incentiven a los habitantes a participar e integrar el equipo de investigación.

Esta investigación de proyecto factible está organizada en seis capítulos: El Problema, Marco Referencial, Marco Teórico, Marco Metodológico, Análisis de la Propuesta de Alternativas de Solución Y Formulación del Proyecto.

En el Capítulo I: El Problema, analizamos la situación comunicacional de la urbanización San Jacinto, formulamos los

objetivos y planteamos los elementos académicos y políticos que justifican nuestra investigación.

En el Capítulo II: Marco Referencial, explicamos el contexto de ejecución de nuestra propuesta para dar a conocer detalles socioculturales de la comunidad, el apoyo del Centro de Poder Popular e investigaciones previas del proyecto.

Capítulo III: Marco Teórico, allí hacemos una revisión detallada de diversos autores que sustentan con sus teorías nuestra propuesta

Capítulo IV: Marco Metodológico, en esta sección, detallamos los pasos realizados desde la selección de la comunidad, pasando por la elaboración del Plan de Trabajo, la planificación para el diseño de la propuesta, la selección de la población y la evaluación de las alternativas de solución.

Capítulo V: Análisis de las Propuestas Alternativas de Solución, se evalúan las diferentes alternativas de solución que surgieron de acuerdo al problema comunicacional estudiado, se explican las razones por las que se decidió seleccionar la alternativa aquí desarrollada y se explican los resultados que se esperan obtener al finalizar el proyecto.

Capítulo VI: Formulación del Proyecto, en este espacio presentamos el Plan Comunicacional como una alternativa de solución para la situación problema detectada en la comunidad y, el cronograma de actividades.

Con la ejecución de esta propuesta pretendemos dejar capacidad instalada en la comunidad, a través de la conformación de equipos de promotores de la comunicación comunitaria alternativa, quienes, en un futuro muy próximo, motoricen los procesos comunicacionales y de opinión en su comunidad.

Teniendo como finalidad la ejecución del Plan Comunicacional

de Medios Comunitarios Alternativos para Consolidar el Consejo Comunal del sector II "La Marina II", urbanización San Jacinto, parroquia Juana de Ávila, municipio Maracaibo, estado Zulia, diseñado en el período correspondiente a Proyecto III, para dar así continuidad al desarrollo de esta Unidad Curricular, desarrollamos, en seis fases, este proyecto de inserción socio comunitaria, logrando así la articulación con los vecinos de la comunidad.

Fase I: Articulación con el Consejo Comunal. Al iniciar el primer semestre de Proyecto IV, realizamos varios recorridos por los 15 sectores de la comunidad San Jacinto a objeto de investigar cuáles Consejos Comunales estaban constituidos para ese momento y cuál sería el más adecuado para desarrollar el Plan Comunicacional, y luego proyectarlo a los demás sectores. Seleccionado el sector II, se decidió trabajar con el consejo comunal "La Marina II", siendo este el más consolidado para el momento de las visitas, por lo tanto realizamos una reunión con los integrantes del consejo comunal, quienes aprobaron El Plan por unanimidad.

Fase II: Censo... Instrumento para la Opinión Pública. Obtenida la aprobación del Consejo Comunal realizamos un censo en el sector II (los días 12 y 13 de abril del 2008) para conocer la opinión de los vecinos sobre los medios de comunicación comunitarios que desearían existieran dentro de su comunidad, siendo el más aceptado el medio impreso.

Fase III: Asamblea Popular. En asamblea de ciudadanos y ciudadanas, el día 23 de Abril, se presentó el Plan Comunicacional a los vecinos del sector contando con las firmas que constatan el apoyo mayoritario de los vecinos.

Fase IV: Capacitación. Con la intención de incorporar a los habitantes del sector II, se dictó el taller Creadores y Editores del Periódico "El Comunal".

Se creó una comisión para la realización del taller, los días 26,27,28 de mayo y 02 de junio con el fin de integrar a la

comunidad, y especialmente a los miembros del Consejo Comunal, en la elaboración del periódico a objeto de trabajar en conjunto, siendo ellos partícipes de la elaboración del medio impreso. Luego del taller concretamos la realización de las notas periodísticas hechas por habitantes de la comunidad.

Fase V: "El Comunal" Medio Alternativo Comunitario. Obtenida la aprobación de los habitantes del sector II y los representantes del Consejo Comunal, iniciamos la publicación semanal del medio comunitario alternativo "El Comunal". Luego de ejecutar los pasos necesarios para la creación y edición del Periódico, logramos una edición semanal. Arribamos a nueve ediciones en las que, en cada número, realizamos notas informativas de interés para los miembros de la comunidad, siendo la comunidad protagonista del acontecer diario reflejado en este medio impreso. Vecinos se unieron al periódico, dando así frutos la integración UBV-Comunidad en la ejecución del Plan Comunicacional de Medios Comunitarios Alternativos para Consolidar el Consejo Comunal del sector II "La Marina II", urbanización San Jacinto, parroquia Juana de Ávila, municipio Maracaibo, estado Zulia.

Fase VI: Planificación para la Participación. Haciendo uso de las técnicas de planificación estratégica, organizamos el trabajo necesario para cumplir el objetivo de este cuarto año de proyecto. Minutas, planificación de actividades, cronograma de actividades y comisiones de trabajo permitieron el avance organizado del trabajo.

### **Reflexiones teóricas. Medios Masivos de Comunicación Social**

Los massmedia son el resultado de años de formación de un aparato ideológico que controla el grueso de la producción cultural y académica de nuestro país. La mayoría, si no todos los egresados de nuestras universidades, responden a los intereses de esa ideología, han sido formados bajo su tutela. El comunicador social no escapa a ese modelo, por el contrario, lo reproduce mejor que cualquier otro profesional, es producto de esa ideología a la vez que la patrocina, la

genera y la universaliza. La Batalla Mediática, Compilación de Gloria Guilarte y Freddy Rivero.

Debido a esto nacen los medios de comunicación comunitarios y alternativos para satisfacer las necesidades de la comunidad, rompiendo así los paradigmas de comunicación comercial establecidos por los grandes capitalistas. Como respuesta a esta ideología mediática los profesionales de la Universidad Bolivariana de Venezuela, han realizado un Plan Comunicacional de Medios Alternativos para promocionar la conformación y consolidación de los Consejos Comunales en la Urb. San Jacinto Parroquia Juana de Ávila.

➤ **Medios de Comunicación Comunitarios:**

Son aquellos creados en, para y por la comunidad. Este tipo de comunicación acerca, al emisor y al receptor. Se rompe la barrera que los separa y se establece una relación horizontal, dialógica. El receptor participa en el acto de comunicación, y se vuelve también emisor. "De la relación Emisor-Receptor se pasa a una relación Emisor-Emisor. Donde ambos participa en la definición de los contenidos de la comunicación, expresando sus intereses; y en la evaluación de la comunicación, valorando sí la comunicación les sirve para transformar su realidad". Minep, Comunicación Integral 2006.

➤ **Medios de Comunicación Alternativos** Su base es la misma de un medio comunitario, con la única diferencia que el alternativo puede surgir del colectivo sin la necesidad de pertenecer todos a una misma comunidad pero sin dejar de ser social. Los medios de comunicación alternativos plantean la comunicación alterna para los usuarios, es decir, algo diferente a lo ya establecido.

➤ **Los Medios de Comunicación Comunitarios Alternativos (MCCA)**



Son medios creados por la necesidad de informar e interactuar, con la sociedad sobre diversas inquietudes suscitadas en un entorno social, llegando a ocupar el espacio que los medios comerciales no les dan. “Los medios alternativos pueden ser cualquiera que permita a la comunidad comunicarse: una cartelera, un periódico, el vocerío, una radio parlante o por antena, una televisión puede ser una comunicación alternativa.

Pero, no es suficiente con que tengamos un medio en la comunidad para que sea comunitario o alternativo, para que exista un tipo de comunicación. A veces los mensajes que transmiten los grandes medios están tan metidos entre nosotros, que cuando le toca al pueblo hacer comunicación terminan por reproducir los mismos mensajes y contenidos de los mass media, se debe comenzar por reivindicar la cultura popular y los contenidos que sirvan al pueblo para su liberación”. Minep Comunicación Integral 2006.

### ➤ **Plan Comunicacional**

Si tenemos un sistema de información y comunicación a través de los cuales los ciudadanos desarrollen propuestas libres, diversas, alternas, plurales y de calidad, que se transformen en espacios de dominio público, estaremos entonces en presencia de una propuesta que garantiza una comunicación, para democratizar la comunicación, por esto proponemos como eje principal que la información y la comunicación sean integradas a la comunidad para lograr la identificación de los vecinos con los contenidos de los medios comunitarios y que las informaciones sean de carácter relevante para ellos.

Por tal motivo, los siete medios comunitarios que le dan forma al Plan Comunicacional, tienen la misión de crear un nuevo modelo de comunicación comunitaria y alternativa que socialice entre el colectivo de la Urbanización San Jacinto las informaciones generadas en sus sectores.

“Esta es la génesis y desarrollo de un modelo de comunicación, horizontal, democrático, popular, por ello debemos involucrarnos profundamente con los acontecimientos que se están produciendo en el país, en las comunidades, en la calle. Es allí donde se gesta el lenguaje y se moldean los medios para que el pueblo se encuentre consigo mismo”, José Ignacio López Vigil, Manual Urgente para Radialista Apasionados y Apasionadas. Tomo II (2005).

Es de gran importancia mencionar, que el uso de la radio comunitaria no es para resolver los problemas de la comunidad. Es una herramienta para que los habitantes de una comunidad hagan algo por ella misma, como el de poseer el control de su propio medio de comunicación. José Ignacio López Vigil, Radialitas Apasionados 1997.

“Se puede decir que el periódico comunitario nace al mismo momento en el que surgen, lo que se puede llamar, las primeras esencias de la comunicación alternativa, es decir, cuando el avance de las tecnologías y los cambios sociales permitieron la incorporación de medios de comunicación más pequeños que se dedicaban fundamentalmente a los problemas relacionados con comunidades. Cuando nace el periódico comunitario se asocia, en un principio, a los movimientos políticos que hacían vida en las comunidades o barrios; luego estuvo muy relacionado con las asociaciones de vecinos que tuvieron un buen auge en Venezuela”.

El periódico comunitario no es más que una nueva alternativa para que podamos crear el nuevo periodismo que las comunidades venezolanas necesitan, este nos permite desarrollar una nueva información donde los vecinos se informen de lo que ellos viven en el día a día; este periódico ofrecer participación y al mismo tiempo crea oportunidades para que las comunidades puedan desarrollar su propio medio de comunicación, a su vez brindar oportunidades que desarrollan habilidades y benefician al colectivo.

Sabemos que los medios pueden no ser exitosos en decirles a las personas qué pensar, pero si son exitosos en decirles sobre qué pensar. Investigación reciente ha destacado la habilidad de los medios, particularmente de los noticieros de televisión, para alterar o definir los criterios a partir de los cuales las personas toman sus decisiones políticas y evalúan los gobiernos, presidentes, políticos y los asuntos públicos en general. Más recientemente se ha incorporado otra dimensión que se refiere a la forma cómo la televisión impacta en los procesos de atribución de responsabilidades respecto a hechos de interés común.

Según estudios de audiencia, durante la última década, las preferencias de los públicos se están inclinando con mayor fuerza a temas desde la política hacia historias de contenido humano, desde asuntos internacionales a problemas domésticos y desde temas generales a problemas cotidianos. Atribuyéndosele a esto efectos directos en la “despolitización” y apatía de la población y en una trivialización del debate público.

En este contexto audiovisual, las comunidades “luchan por la visibilidad”, particularmente en la televisión. Se considera que cualquier grupo social interesado en que sus demandas sean escuchadas y tener influencia en la toma de decisiones debe estar presente en la pantalla televisiva, especialmente en el espacio del noticiero.

Bajo esta perspectiva, se hace cada vez más importante que la televisión cubra de manera más o menos equilibrada los problemas y demandas de los diversos grupos sociales. Pero, las evidencias existentes al respecto sugieren que ciertos grupos tienen una muy baja presencia en la agenda televisiva.

Los grupos sociales menos representados, son los trabajadores, los pobladores, las minorías (como minusválidos y comunidades indígenas), los intelectuales y los jóvenes. Los únicos grupos

considerado por la pantalla chica, son los partidos políticos, autoridades de gobierno y Fuerzas Armadas. Televisión y espacio público. Agosto 2001. Cristóbal Marín.

Por su parte, el Periódico Mural es una herramienta importante para propiciar la cooperación, la comunicación, el liderazgo y el trabajo en conjunto entre los habitantes de una comunidad. Es una forma de presentar temas determinados, muy utilizado en las escuelas. El periódico mural no es lo mismo que la cartelera. La información que se publica en él, como su nombre lo indica, debe ser cambiada periódicamente. Puede ser renovada a diario, semestralmente, quincenal o mensualmente. Por lo general el periódico mural se ubica en un muro o contra el sostenido por un soporte de metal o de madera. Al igual que la cartelera debemos ubicarlo en un lugar por el que transite bastante gente para que la información llegue a un buen número de ellos. Debe tener un nombre que las personas identifiquen fácilmente.

La Radio Parlante funciona como un medio alternativo comunitario, donde la Información actúa como estrategia de comunicación, movilidad y agilidad para crear una identidad dentro de la comunidad. Cumple con todas las funciones sociales de una emisora comunitaria. En sus inicios los técnicos de la Radio Parlante acoplaron una simple bocina o un auricular telefónico para hacer el primer altavoz telefónico.

La página Web motiva a las personas de la comunidad a que utilicen la tecnología, a fin de utilizar la Internet y aprovechar su capacidad informativa y alcance geográfico.

Dentro del marco de investigación del Plan Comunicacional de Medios Comunitarios Alternativos también se plantea conocer la opinión de la comunidad, en relación a los Consejos Comunales. Siendo estos "instancias de participación, articulación e integración entre las diversas organizaciones comunitarias, grupos sociales, ciudadanos y ciudadanas, que permiten al pueblo organizado ejercer

directamente la gestión de las políticas públicas y proyectos orientados a responder a las necesidades y aspiraciones de las comunidades en la construcción de una sociedad de equidad y justicia social". Ley de los Consejos Comunales, artículo 2. Integrada por los comités de trabajo, entre los que destaca el Comité de medios de comunicación e información.

### **Resultados académicos.**

- ⇒ En cuanto a la asignación de pautas, la distribución en grupos de cuatro integrantes garantizó que todos los estudiantes escribiéramos en cada edición.
- ⇒ La propuesta en relación a la agenda informativa siempre fue explícita, dar la palabra a todos los miembros de la comunidad. Sin embargo, detectamos que es fácil caer en el error de monopolizar la palabra, se repite el formato de los medios comerciales donde la vocería la asumen los más visibles. Por ello, hicimos varias alertas para entrevistas a los coordinadores de los organismos comunitarios, pero también a los vecinos del sector.
- ⇒ Estamos concientes que debemos seguir estudiando para mejorar la redacción periodística. Este resultó ser una experiencia importante para ejercitar la redacción y encontrarnos con un escenario real del periodismo con todas sus características de estrés y premura en la redacción.
- ⇒ Aprendimos la estrecha relación entre los siguientes elementos periodísticos: tiempo de redacción, número de caracteres y pautas asignadas.
- ⇒ En cuanto a las estrategias de reproducción, fueron varias, desde el auto financiamiento, pasando por la solicitud de colaboración a los amigos con fotocopadoras hasta lograr el

apoyo de la Universidad donde nos reprodujeron la mayoría de las ediciones. Acordamos con el profesor Vidal Chávez, coordinador del PFG Comunicación Social que nosotros colocamos de resma de papel y la universidad nos fotocopia 500 ejemplares.

- ⇒ El procedimiento para la distribución del periódico pasó por múltiples formas de organización. Primero todos a la comunidad los miércoles en la mañana siguiendo la misma organización del censo, luego unos en la mañana y otros en la tarde, según los horarios de clase y, finalmente el grupo responsable de la edición semanal también distribuía el periódico en todo el sector. Reconocimos la importancia de lograr una buena estrategia de distribución que garantice la entrega a cada casa del sector.
- ⇒ El diseño de "El Comunal" fue asumido, desde un principio, por Ricky Chacín. La propuesta sufrió varios cambios atendiendo las sugerencias de profesores Vidal Chávez, Víctor González, Ernesto Vilorio, entre otros, quienes hicieron recomendaciones en cuanto al diseño y la redacción. Quedó pendiente concretar la propuesta para incorporar a más estudiantes en el diseño.
- ⇒ Tratamos de trabajar lo más parecido a la estructura periodística.

### **Opinión de los vecinos.**

Luis Antonio Chacín, participante en la Asamblea, al referirse al Plan de Medios, explicó: "es muy importante que esos medios se den aquí dentro de la comunidad para estar informado de lo que ocurre dentro de la misma. Porque muchas personas no pueden asistir a una reunión y con un Periódico, que se ejecute en la comunidad, estarán más informados, espero que no quede en el aire todas estas

promesas que se dijeron aquí, deseo que sean claras, concisas, y convincentes”.

Al respeto, Yureimi Quintero, facilitadora de la Misión Cultura, de la parroquia Juana de Ávila, expresó: “los medios de comunicación alternativo son de gran avance para el desarrollo del país, ya que brinda a la comunidad la oportunidad de participar de manera protagónica en el medio. Creo que desde este punto de vista comunicacional, la asamblea, es necesaria en una instancia del Consejo Comunal. Y el periódico, donde la gente va a participar sobre la noticia a la comunidad; pero, en principio es la misma comunidad quien decide. En este caso yo soy periodista y creo que hacer un periódico o un programa de radio es necesario su participación. Todos los medios comunitarios alternativos son de beneficio a las comunidades.

Por su parte, Efraín Castillo miembro del Consejo Comunal y del Batallón Bolívar y Palacios, acotó: “el medio comunitario alternativo le brinda a las comunidades la oportunidad de expresar y de mostrar sus realidades. Me gusta mucho la radio y el periódico para capacitarnos y saber de lo que se esta hablando y aconteciendo en mi comunidad”.

### **Conclusión.**

El nuevo modelo comunicacional que se está instituyendo en Venezuela, a través de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (Ley Resorte) le otorga a la audiencia un nuevo rol, el de usuario, quien cuenta con una serie de derechos como el ejercicio de la contraloría de los contenidos de los medios, y estimula su participación y organización (Minep. Comunicación Integral 2006).

Además, es necesario que los sectores populares posean sus propios medios para expresar sus prácticas y opiniones, sin que tengan que pasar por la intervención del dueño del canal, de la radio o del periódico.

Para esto existen, y cada vez más, los medios alternativos y comunitarios. Estos son medios de comunicación elaborados y difundidos por comunidades y grupos sociales, que transmiten la opinión de los vecinos, responden a sus interés, reflejan sus practicas y luchas, difunden la información que les interesa y sirven a sus propósitos para organizarse, generar discusiones, socializar el conocimiento que necesitan y reflexionar su realidad.

Los medios alternativos y comunitarios permiten a la comunidad comunicarse a través de: periódicos murales, pared comunal, radio comunitaria, radio parlante, producciones audiovisuales, página web y encuentros generadores de opinión, entre otros.

Nuestra propuesta para la elaboración de estos medios alternativos cumple con el objetivo de promover los Medios de Comunicación Comunitarios Alternativos a través de un Plan Comunicacional en la urbanización San Jacinto de la parroquia Juana de Ávila del municipio Maracaibo, estado Zulia, en donde hemos establecido un contacto directo con la comunidad a fin de lograr que los habitantes tengan la oportunidad y el derecho de participación en la elaboración de los medios y en la difusión de sus opiniones.

En la comunidad San Jacinto hemos cumplido académicamente con los objetivos que nos trazamos a nivel comunitario, se han implementado una serie de trabajos para que los vecinos puedan participar en los diferentes medios comunitarios y alternativos, donde a través de asambleas hemos contado con el apoyo de los Consejos Comunales y líderes sociales.

## **Referencias**

### **Metodología:**

- ✚ Manual de Trabajo de Grado de Especialización, Maestría y Doctorado de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL)

### **Capítulo I: El Problema**

- ✚ Revista Descriptiva de los Programas de Formación de Grado UBV, (septiembre 2005).



- ✚ Planificación Académica Proyecto III.
- ✚ <http://www.fonacit.gov.ve/registro/entrevistas.asp?id=133>.
- ✚ Alo presidente # 263.
- ✚ Programa Sinóptico de la Unidad Integradora Proyecto (agosto 2006)
- ✚ Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación (2001-2007)

### **Capítulo II: Marco Referencial**

- ✚ Proyecto II: Parroquia Juana de Ávila. Comunidad San Jacinto. PFG Comunicación Social. Grupo 22-27. Marzo 2006.
- ✚ Declaración de los Derechos Humanos
- ✚ Constitución de la República Bolivariana de Venezuela
- ✚ Ley Orgánica de Telecomunicaciones
- ✚ Ley de Responsabilidad social en Radios y Televisión
- ✚ Ley del Ejercicio del Periodismo
- ✚ Ley de Servicio Comunitario para el Estudiante de Educación Superior.
- ✚ Ley de los Consejos Comunales

### **Capítulo III: Marco Teórico**

- ✚ La Batalla Mediática, compilación de gloria Guilarte y Freddy Rivero.
- ✚ El periodismo del nuevo siglo. Ignacio Ramonet.
- ✚ PERIODISMO DEL SIGLO XXI / El Periodismo de Precisión, Patricia Blanco Barrios.
- ✚ [http://www.siste.com.ar/produccion\\_de\\_tv.htm](http://www.siste.com.ar/produccion_de_tv.htm)
- ✚ Sabrera Ortiz, Soledad Amelia. Radio comunitaria: alternativa de comunicación y desarrollo en el Distrito de San Martín de Porres de Lima Metropolitana.
- ✚ Guionista Radio y Televisión. Robert L Hilliard
- ✚ Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión
- ✚ MINEP Comunicación Integral 2006
- ✚ Radialistas Acionados. Autor: José Ignacio López Vigil. Tomo No. 2
- ✚ Comunicación Social. Autor: José Viera.
- ✚ Selección de Texto de Comunicación Social
- ✚ Opinión Pública de ALER (Asociación Latinoamericana para la Educación Radiofónica)
- ✚ Estudio de Opinión Pública. Autor: Iván Abreu Sago
- ✚ Cómo Conocer la Audiencia de una Emisora: Debates de Audiencia. Autor: Aller
- ✚ Cómo Incidir en la Opinión Pública. Autor: Hernán Gutiérrez
- ✚ La Función de los Medios de Información en Construir una Comunidad. Jan Schaffer. Director Ejecutivo, Centro de Periodismo Cívico Pew.

