



LOS MEDIOS ALTERNATIVOS Y COMUNITARIOS: NUEVAS FORMAS MEDIÁTICAS Y HUMANIZADAS ORIENTADAS POR UNA PRAXIS TRANSFORMADORA DE LAS RELACIONES SOCIALES

Diana Sánchez¹

RESUMEN: Este trabajo busca analizar los medios alternativos y comunitarios como nuevas formas mediáticas y humanizadas orientadas por una praxis transformadora de las relaciones sociales y económicas en la comunidad Francisco Ochoa del municipio San Francisco, para lo cual se realizó una revisión teórica y epistemológica de los medios alternativos y comunitarios desde la mirada política representativa auspiciada por la Constitución de Venezuela de 1961 y desde el modelo político participativo y protagónico consagrado en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela de 1999, pudiendo presentar a modo de conclusión que los MAC, convencionales y fundamentalmente los no convencionales, constituyen un importante recurso promueve la libre expresión ciudadana, facilita la participación en actividades políticas, en otras palabras, es una herramienta importante para la transformación social y la formación de una conciencia crítica.

PALABRAS CLAVE: *Medios alternativos y comunitarios; Participación ciudadana protagónica.*

RESUMO: Este artigo analisa meios de comunicação alternativos e comunitários e de novas formas de mídia e humanizados praxis transformadora orientada de relações sociais e econômicas da comunidade Ochoa Francisco no município San Francisco, para a qual foi empreendida uma revisão teórico-epistemológica dos meios alternativos e representante da comunidade a partir da política do modelo político protagonista e participativo da Constituição da Venezuela em 1961 e desde então consagrado na Constituição da República Bolivariana da Venezuela em 1999, pode apresentar a premissa de que os MAC, convencionais e essencialmente os não convencionais constituem importante recurso para promover a expressão cidadã livre, facilita a participação em atividades políticas; em outras palavras, é uma importante ferramenta para a transformação social e à formação de uma consciência crítica.

PALAVRAS-CHAVE: *Mídia comunitária alternativa; Participação cidadã; Protagonismo político.*

¹ Profesora Dedicación Exclusiva de la Universidad Bolivariana de Venezuela (UBV), Sede Zulia, PFG en Comunicación Social, Magíster en Docencia para la Educación Superior. Investigadora A2 del Programa de Estímulo al Investigador (PEII). E-mail: dianasanchezcriollo12@hotmail.com

INTRODUCCIÓN

La experiencia latinoamericana en los últimos tiempos, demuestra la creciente influencia de un fenómeno socio-cultural, cuyos efectos alcanzan las conductas políticas y alteran los procesos de desarrollo. En el caso de América Latina esta discusión ha alcanzado gran relevancia debido al carácter particular que los medios de comunicación presentan en la región: una identificación plena con la solución norteamericana de empresa privada y sostenimiento mercantil publicitario.

Esa fórmula ha generado efectos que han convertido a la mayoría de los medios de comunicación especialmente los masivos, en instrumentos sostenedores de la estructura transnacional de poder. Ante esta situación se hace notable la necesidad de modelos de comunicación centrados en el receptor; el cuestionamiento a estos modelos se centra en la transformación de los receptores como parte activa y crítica del proceso comunicativo.

Se plantea entonces la promoción de una conciencia más clara sobre el papel de la comunicación y la participación ciudadana protagónica en la estructuración de una nueva sociedad, que toma como centro el acceso y la participación de los distintos sectores que actúan en la práctica democrática. En este sentido, la participación representa un camino para la conformación de la ciudadanía (El Troudi, Harnecker y Bonilla, 2005), este planteamiento sugiere la revisión del paradigma participativo en Venezuela, el cual según Barraquero (2009: 9) “se caracteriza por su capacidad de involucrar a la sociedad civil en su propio proceso de transformación a través del diálogo y la participación”.

En este sentido, el acceso y la participación ciudadana de nuevos actores en los medios de comunicación, requiere de mecanismos sociales e institucionales que los hagan viables, esto es, de medios de comunicación concebidos como espacios de inclusión, por receptores con posibilidad de retroalimentación organizada, orientados como medios de comunicación educativos, destinados a formar a grupos e individuos en la comprensión y manejo de la comunicación social.

Los medios de comunicación comunitaria y alternativa (MAC) representan una alternativa comunicacional ante los modelos tradicionales dominantes, y

constituyen un medio efectivo de empoderamiento ciudadano, al promover desde las bases la participación, sobreponiendo los intereses colectivos de las comunidades por encima de los intereses de sectores particulares. Además, constituyen un importante recurso para el debate público ideológico, la promoción cultural y la diversidad, la organización social humanitaria, la educación para la vida, los valores nacionales, entre otras acciones sociales.

Los medios alternativos y comunitarios son actualmente fundaciones comunitarias, que persiguen generar cambios sociales, basado en las necesidades e intereses de las comunidades locales para impulsar la participación democrática y consolidar la cultura regional. De esta forma los MAC son concebidos como organizaciones de servicio público, sin fines de lucro, orientados a difundir información de interés para la comunidad, por ello, deben destinar espacios en su programación que aseguren la participación ciudadana, a través de programación comunitaria que propicie la movilización social, el desarrollo cultural y socioeconómico, el sano esparcimiento y los valores nacionales.

Los medios comunitarios y alternativos deben ser un canal para la participación ciudadana y es precisamente este el tema central de la presente investigación, mediante la cual se pretende estudiar la importancia de los medios comunitarios y alternativos como espacios para la participación ciudadana de las comunidades de la parroquia Francisco Ochoa del municipio San Francisco, desde el año 2007 hasta la actualidad. Este abordaje se realizará desde una perspectiva fenomenológica bajo el enfoque de la investigación cualitativa, la cual tiene su centro epistemológico en las vivencias, interpretación y significaciones de los sujetos que en relación a la realidad en estudio.

Los medios de comunicación masivos Vs. los medios de comunicación comunitarios y alternativos. Generalidades

El tema de la comunicación ha sido estudiando desde los diferentes modelos epistémicos del conocimiento, iniciado por teóricos funcionalista(Lasswell, Wright), conductista (Durkheim, Le Bon) o estructuralista (Levi Strauss, Jacobson), entre otros, responsables de la denominadas teorías de comunicación de masas, orientada hacia la

persuasión del receptor. Produciendo para ello modelos de comunicación orientados en el efecto.

En este sentido Lasswell presentó el modelo comunicacional de mayor referencia positivista QUIEN dice QUE a quien POR QUE CANAL con qué EFECTO, con el cual se orientaron procesos comunicacionales para el dominio o persuasión de las mayorías o la denominadas masas receptoras.

El modelo referido solo presentaba la oportunidad de respuestas condicionadas, donde el emisor, en su mayoría grandes consorcios o medios de comunicación de capital privado, cercenó por muchos años la libertad de expresión y participación de los ciudadanos. Al respecto Serrano (1984: 1) expresa: “(...) en estos son los mediadores, y no los receptores, quienes eligen los temas que van a ocupar el espacio o el tiempo que ofrece cada medio de comunicación”, lo que el mismo autor denomina “ofertas comunicativas”.

En referencia a la selección de los temas y espacios que los medios masivos diseñan y establecen, obedecen a la teoría de la Agenda-*Setting*, la cual se desprende de la teoría de los efectos, con la que se buscaba lograr un efecto generalizado sobre la masa, efecto que el receptor recibía sin tener en cuenta ni el contexto ni sus criterios; es decir, en esta teoría el público era un ente inerte que recibía mensajes y los asumía sin análisis ni cuestionamientos. En este sentido Meyer (2009) acota que:

Los medios deciden qué temas excluir o incluir en la agenda para eliminarlos o incentivar su debate público. En ese sentido, la agenda mediática –conformada por las noticias que difunden los medios informativos cotidianamente y a las que confieren mayor o menor relevancia– influye en la agenda del público y la dinámica social de una comunidad (Meyer, 2009:4).

El problema radica en el cuestionamiento a los dueños o propietarios de los medios de comunicación que adoptan una visión unidireccional de la sociedad (Torres, 2009), lo que hace necesario el abocarse a una comunicación más humana, es decir, centrada en el hombre y sus necesidades reales. Sin embargo, también surgieron en contraposición a los teóricos y teorías persuasivas o de los efectos, las teorías críticas de la comunicación, iniciadas desde el análisis crítico: marxismo, escuela de Frankfurt, teoría de la acción comunicativa (Adorno, Horkheimer, Marcuse), seguidos por Habermas, más tardes aparece la Teoría de las mediaciones de los medios (Martin

Barbero) y la Teoría de la Complejidad (Morín). La teoría social crítica insistió en la recuperación de la autonomía del individuo en los ámbitos sociales y científicos.

Entre los autores contemporáneos que brindaron aportes y/o brindan aportes en el estudio de la comunicación desde una visión crítica se encuentra Mattelart (2012) quien al referirse a los medios de comunicación de masa opinaba que estos viven la época de la incomunicación y solo producen comunicación como simulacro de sí misma.

Por otra parte, y en relación al uso de los medios de comunicación de masas Entel (1996) acota que:

(...) se necesita una visión más amplia que reubique a la comunicación como nuevo factor de producción, como insumo fundamental, y como apuesta en la reestructuración de los aparatos económicos, políticos, militares y culturales del modo de producción capitalista, pero también en la reformulación de las estrategias de resistencia (Entel, 1996:106).

Sin embargo, en Venezuela producto del comportamiento imperialista, dominante, orientado por intereses económicos y asumidos por las empresas comunicacionales, los medios masivos no se visualizan como el recurso viabilizador de las prácticas democráticas participativa protagónica que requiere el país. Quedando esta responsabilidad a los medios de comunicación comunitarios quienes como nuevo factor de producción tendrían entonces el compromiso social de funcionar como un recurso democratizador de las prácticas de convivencia social, donde sea la libre expresión a través de la participación ciudadana protagónica, el producto de una nueva y realmente democrática sociedad, lo que llevaría a la reestructuración del aparato económico, político y social del país.

Por tanto, no solo se requieren medios para la producción sino medios para la resistencia que conlleven a mediano o largo plazo por si solo (Entel, 1996); como producto social de su aplicación, a la transformación social necesaria para garantizar la vida en el planeta, la satisfacción de las necesidades básicas de todo ser humano, como la alimentación, la educación, la salud.

En busca de extractar entonces el rol social desempeñado por los medios de comunicación masivos en Venezuela, según lo expuesto, podríamos decir que son herramientas de poder empleadas por un grupo de inversionistas orientados por

intereses político y económicos, a través de los cuales se dirigen a una mayoría de receptores pasivos, con el fin de informar, entretener, formar opinión, controlar, y generar respuestas condicionadas o manipuladas con fines hegemónicos.

Por su parte, Rivadeneira (1998:54) expresa que “existen dos tipos de medios de comunicación, uno que ve a los receptores como consumidores de noticias, opiniones y entretenimiento y otro que ve al receptor como un sujeto de derechos sobre los bienes de la cultura, la ciencia, la educación y titular de derecho acerca de su propio destino”. Podríamos pensar que el segundo ejemplo está referido a los medios comunitarios y alternativos.

En relación a lo planteado se podría inferir que se necesitan medios con apropiación de los colectivos, donde cada comunidad, con sus características socioculturales, políticas y económicas, cuente con medios de comunicación humanizados, donde prevalezca la lucha por el bienestar social, orientados por los principios de solidaridad y sociabilidad (Rivadeneira, 1998).

Lo expuesto refleja la importancia que tienen los medios de comunicación comunitarios que rompan el esquema de dominio social. En tal sentido Berrigan (1981) señala que:

La comunicación de carácter comunitario ha de ser *algo* más que una programación concebida para grupos seleccionados o especiales. Aspira a basarse en algo más que en las necesidades e intereses supuestos de su público (...) la idea de la comunicación comunitaria (esta expresión engloba los conceptos de acceso y de participación por conducto de los medios de comunicación) obedece al interés por el papel que podría desempeñar el individuo en la configuración de su propio entorno sociopolítico, económico y cultural (Berrigan, 1981:9).

A partir de los señalamientos anteriores se infiere que los medios alternativos y comunitarios pueden servir de recursos para la participación ciudadana desde una perspectiva activa y de compromiso social, garantizando a la vez el flujo comunicacional necesario para el desarrollo de las comunidades, pues al no tener información, tenemos cero libertad y la libertad no aumenta más que a medida que aumenta la información, pues considera que la información garantiza la libertad (Ramonet, 1998). Lo expuesto lleva a preguntarse si los MAC presentes en el municipio San Francisco, otorgarían esa libertad planteada por Ramonet.

Mientras que para la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL, 2013), un medio comunitario:

Es un espacio de construcción de nuevas relaciones sociales para el empoderamiento de las comunidades y el fortalecimiento de la cultura local, lográndose exclusivamente, con la participación activa de cada una de las ciudadanas y ciudadanos de la zona donde se suscribe el medio (CONATEL, 2013: 1).

Por su parte la Dirección de Medios Comunitarios y Alternativos del municipio San Francisco, define a los MAC las herramientas comunicacionales donde el pueblo organizado se visibiliza, se reconoce, se articula, aprende, fortalece su identidad y va construyendo el necesario tejido social para consolidar el poder popular.

La misma Dirección de Medios Alternativos y Comunitarios del municipio San Francisco, también acota que los MAC se deben establecer como aliados culturales, donde la educación ciudadana, basada en valores cívicos, sea una de sus principales funciones, contribuyendo de esta manera al despertar de la conciencia social, con sentido crítico y autónomo.

Asimismo, es importante reconocer que la variedad de medios comunitarios y alternativos puede ser tan amplia como la creatividad, disposición, recursos y necesidades de las comunidades. En este sentido Rivadeneira(1998) hace una amplia selección, aunque sólo se mostraran aquellos relacionados a esta investigación:

- Canales naturales de comunicación: pulpito, asambleas, sindicatos, asociaciones, clubes, cooperativas, etc.
- Canales artificiales de comunicación: medios impresos, audiovisuales, auditivos.
- Canales culturales: teatro, títeres, marionetas, recitales de música, poesía, revistas especializadas de arte y cultura.
- Comunicación multimedia.

De igual forma, la Ley de Comunicación del Poder Popular (2011), actualmente en revisión, manifiesta en el Art. 2 diferentes manifestaciones de medios

alternativos y comunitarios como son: la prensa, electrónicos, radioeléctricos, muralísticos y otros medios y organizaciones que garanticen el derecho humano a la comunicación.

En el mismo sentido Mattelart (2012) aporta que:

La comunicación popular indudablemente incluye la canción, el cine, la fotografía, el libro y otros medios. También abarca otros aspectos, como las formas espontáneas de organización social y familiar, formas cotidianas de solidaridad (...) De allí que estemos tentados de sumar a las redes de comunicación alternativas estas formas que hacen posible la existencia de otros usos de la escritura, el sonido y las imágenes (Mattelart, 2012:19).

Por su parte, el Ministro de Comunicación e Información Ernesto Villegas, al ser entrevistado por el Diario Panorama, resaltó que “(...) la comunicación popular va más allá de un medio alternativo, es la comunicación que está en la calle, en el volante, en el grafitti de la pared y no siempre en las cadenas de radio y televisión o en las primeras páginas de un periódico” (Villegas, 2013).

Las clasificaciones expuestas hacen mención de la amplitud de medios comunitarios y alternativos que hacen vida en nuestras comunidades latinoamericanas, en nuestro caso la parroquia Francisco Ocho del municipio San Francisco del Estado Zulia, aunque no se tenga evidencia científica, por falta de registro de MAC no convencionales.

A pesar de la amplia clasificación que agrupa a los MAC según sus funciones, una de las formas de comunicación más inmediata y efectiva consiste en los contactos interpersonales y en la comunicación directa con los demás. Unas técnicas de comunicación de masas como las antes indicadas no pueden proporcionar tal intercambio (Berrigan, 1981).

Según lo expuesto ésta investigación también los clasificará con el propósito de facilitar el bosquejo del estudioidistinguendo como MAC convencionales a los medios masivos (radio, cine, TV, periódicos de circulación regional y nacional) y por MAC no convencionales se asumirán los medios creados y utilizados por la comunidad para fines propiamente comunitarios (volantes informativos, radio bamba, carteleras, asambleas, teléfonos, afiches, murales, otros).

Torres (2009) también considera, al igual que Berrigan, que papel fundamental de la comunicación humana se hace posible a través del diálogo, en igualdad de condiciones, como elemento fundamental de la convivencia y de las relaciones sociales. Con el mismo propósito de facilitar la comprensión del estudio y considerando las ambigüedades de la comunicación y los medios de comunicación, donde la comunicación alternativa y comunitaria ha sido entendida, asumida y pensada como lo mismo, con algunas excepciones (medios para la resistencia), se aclara que el término comunicación comunitaria se refiere a la comunicación comprometida con los intereses de la comunidad, a partir del reconocimiento de los derechos ciudadanos, según lo expresa la revista Quórum Académico, Vol.10, en su presentación. Esta definición asume necesariamente la necesidad de generar información contrahegemónica, liberadora, concientizadora, característica que no siempre poseen la comunicación alternativa, ya que esta a pesar de poder incluir comunicación contrahegemónica muchas veces obedecen a los lineamientos de instituciones políticas, grupos religiosos, empresas u otros intereses.

En este sentido, los MAC en la parroquia Francisco Ochoa deben ofrecerse como una alternativa comunicacional donde predominen temas que orienten el debate ideológico, al tiempo que promuevan la participación ciudadana para organización social en pro del logro de beneficios sociales, donde prevalezca el interés colectivo, y la promoción de valores sociales humanizadores que faciliten la convivencia social.

Venezuela, por ser un país que goza de un sistema de gobierno democrático, participativo y protagónico, requiere de unos medios de comunicación de servicio público, donde los ciudadanos tengan acceso a la información y sean participe del proceso de construcción de mensajes liberadores, de acción, que faciliten la obtención de beneficios sociales que garanticen el desarrollo humano y económico necesario para la vida (Rivadeneira, 1998).

En relación al registro que actualmente muestra CONATEL (2013), sin modificación desde el 2008, sobre los medios alternativos y comunitarios, se encuentra: Radios comunitarias 244, Radios comunitarias 244, Televisoras comunitarias 36, para un total de 280 medios. Sin embargo fuentes no oficiales, expresan que actualmente existen aproximadamente 1000 MAC en Venezuela. Sin incluir los que esta

investigación denominara MAC no convencionales, los cuales no son registrados por ningún organismo público, incluyendo a CONATEL.

En cuanto al municipio San Francisco tampoco cuenta con un registro de MAC no convencionales, y entre los convencionales cuenta con dos emisoras comunitarias habilitadas (amistad 95.1 y libertadores 93.9), y con más de 15 emisoras comerciales. En la parroquia Francisco Ochoa, tampoco se cuenta con un registro de los MAC no convencionales y entre los convencionales se registra una emisora comunitarias no habilitada (Armonía 89.5), y dos comerciales (según la DMAYC) Misión Radio 96.5 y leyenda 96.1.

Confrontación teórica y epistemológica de la comunicación social

El análisis teórico y epistemológico de los medios de comunicación considerados en esta investigación resultó en la comprensión de contradicciones, que acentúan la dicotomía entre dos vertientes de un mismo factor: los medios de comunicación, en un primer momento los medios masivos, los cuales por sus características persuasivas se presentaron en una práctica política representativa. En un segundo momento, de la estructura mediática venezolana desarrolla una forma alternativa al poder social y económico que atribuían los medios de masas, por unos de carácter Participativo, como son: los medios alternativos. Sin embargo, en palabras de Mattelart (2012:158) “todas las fuerzas innovadoras y activas pueden ser objeto de un doble uso, subversivo o contrasubversivo”.

Así mismo es importante reconocer en la historia política contemporánea venezolana, bajo la aplicación de la democracia representativa (Constitución de 1961) en el marco de un sistema político liberal, se permitió el asentamiento de medios de comunicación que agudizaron la diferenciación entre las clases sociales, ya que estos medios eran dignos representantes de los grupos políticos interesados en la comunicación como herramienta de poder y dominio a través de la manipulación mediática.

Lo expuesto conlleva a considerar necesario, para ésta investigación, que se entienda cómo la doctrina liberal fue implementando en Venezuela, como parte de los

gobiernos occidentales, la teoría positivista de orden y control, apoyándose para tal fin de los medios de comunicación de masas, los cuales nacidos producto del capital privado, en su mayoría, apoyaron los planes de desarrollo económico trazados desde el pacto de Punto Fijo, conllevando a un progreso entendido como expresión del modelo democrático representativo, y que se utilizó para poder garantizar el dominio político de la clase dominante.

Sin embargo, más tarde en Venezuela fue asumida la teoría crítica de los medios, ésta conllevó a la producción del discernimiento social, abriendo espacios al surgimiento de nuevas formas mediáticas y humanizadas orientadas por una praxis transformadora de las relaciones sociales y económicas, es entonces donde entran los medios alternativos comunitarios, por lo que se dice que nacen para la resistencia.

Actualmente el modelo democrático Participativo y Protagonico que se presenta en Venezuela encuentra algunas explicaciones conceptuales, descriptivas y explicativas en la corriente del pensamiento crítico. La teoría crítica hace hincapié en la participación ciudadana permitiendo la asunción del poder político sustentado en la soberanía, así como la necesaria transformación de esa estructura, presentándose gráficamente de abajo hacia arriba como un proceso que sea consecuencia de la organización, la conciencia de clase, y de la estructura política organizada para la emancipación. En este sentido, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, promulga desde su preámbulo la democracia participativa y protagónica.

La confrontación teórica posteriormente expuesta presenta la reflexión de términos característicos y de vital importancia para el desarrollo de modelos comunicacionales enmarcados en la participación ciudadana protagónica y la inclusión, como: *ciudadano* visto desde la concepción Griega, la concepción democrática representativa y la participativa protagónica, *democracia* asumida desde la postura liberal, desde la representación, así como desde la postura participativa, *participación* asumida desde el modelo representativo y el participativo protagónico, modelos de participación en los medios de comunicación la cual depende de la postura ideológica, funciones de los medios de comunicación, visto desde la manipulación hasta la participación, programación de los medios de comunicación evidenciando la

construcción de la agenda que los orienta, medios alternativos y comunitarios necesarios para la participación ciudadana protagónica (Ver Anexos).

Referencias

BARRANQUERO, Alejandro. *Latinoamérica: la arquitectura participativa de la Comunicación para el cambio*. Diálogos de la Comunicación, N° 78, FELAFAC, 2009.

BERRIGAN, Frances. *La comunicación Comunitaria. Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo*. Paris: Editorial de la Unesco, 1981.

BOAVENTURA DE SOUSA, Santos. *Democracia y Participación. El ejemplo del presupuesto participativo de Porto Alegre*. Madrid: Edición de Intervención cultural, El viejo Topo, 2007

CAMARGO, Lolymar. *Una mirada sobre Venezuela. Reflexiones para construir una visión compartida. Módulo 6. Herramientas prácticas. La participación ciudadana*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, 2006.

CAÑIZALEZ, Andrés. *De lo estatal a lo público. La radio y televisión pública en Venezuela hoy*. Caracas: Fundación Konrad Adenauer – Universidad Católica Andrés Bello, 2010.

CONATEL. *Concepto de medios comunitarios*. Disponible en: <http://www.conatel.gob.ve/#http://www.conatel.gob.ve/index.php/principal/medioshabil> itados. Acceso en 1/04/2013.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Caracas: Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información, 2007.

EL TROUDI, Haiman; HARNECKER, Marta y BONILLA, Luis. *Herramientas para la participación*. Caracas: Impresión Servi-k, C.A., 2005.

ENTEL, Alicia. *La ciudad bajo sospecha. Comunicación y protesta urbana*. Argentina: Edit. Paidós, 1996.

HINDU, Anderi. *Comunicación alternativa o comunitaria*. Disponible en: <http://www.aporrea.org/actualidad/a11082.html>. Acceso en 18/03/2012.

Ley de Comunicación para el Poder Popular. [Ley en discusión]. Caracas: Asamblea Nacional de Venezuela, 2011.

LOMBARDI, Ángel. *La democracia en Venezuela*. Caracas: Universidad Cecilio Acosta., 2008.

MATTELART, Armand. *Comunicación y lucha de clases. Para un análisis de clase y de grupo de las prácticas de comunicación popular. Tomo II. Venezuela*. Caracas: El Perro y la Rana, 2012.

MEYER, José. *Establecimiento de agendas en medios de comunicación. Revista latinoamericana de comunicación social*. Disponible en: http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/02_801_05_Puebla/latina_art801.pdf. Acceso en 07/04/2014.

PERNALETE, Luisa. *Democracia, participación, ciudadanía*. Caracas: Federación Internacional de Fe y Alegría, 2003.

RAMONET, Ignacio. *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debates, 1998.

Primer plan socialista de La nación (2007-2013). Caracas: República Bolivariana de Venezuela.

RIVADENEIRA, Raúl. *La opinión pública. Análisis, estructuras y métodos para su estudio*. México: Trillas, 1998.

SÁNCHEZ, Jorge. *Participación, descentralización y constitución de 1999*. Maracaibo-Venezuela: Universidad Cecilio Acosta. Digital Color, 2004.

SERRANO, Manuel. *Las funciones sociales que cumplen los medios de comunicación de masas*. Análisis, Núm. 9, 1984, Pp. 199-208

TORRES, José. *Rompecabezas de una obra. Antonio Pasquali y su utopía comunicacional*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, 2009.

VILLEGAS, Ernesto. Entrevista realizada por el Diario Panorama. Maracaibo, Abril de 2013, pp. A1.

ANEXO 1: Principales enunciados teóricos confrontados desde la categoría Medios Alternativos y Comunitarios:

Medios Alternativos y Comunitarios	
Postura Positivista	Postura Crítica
<p>1. Hace énfasis en el emisor, produciendo para ello modelos de comunicación orientados en el efecto.</p> <p>2. La comunicación tiene un fin económico</p> <p>3. Mattelart (2012) refiere que los medios de comunicación de masa viven la época de la incomunicación y solo producen comunicación como simulacro de sí misma.</p> <p>4. Rivadeneira (1998): son medios de comunicación que ven a los receptores como consumidores de noticias, opiniones y entretenimiento</p> <p>5. Meyer (2009) señala que “los medios deciden qué temas excluir o incluir en la agenda para eliminarlos o incentivar su debate público. En ese sentido, la agenda mediática conformada por las noticias que difunden los medios informativos cotidianamente y a las que confieren mayor o menor relevancia</p> <p>6. Los medios masivos surgen con el propósito de entretener, educar e informar.</p> <p>7. Serrano (1984:1) acota al referirse a los medios masivos “que en estos son los mediadores, y no los receptores, quienes eligen los temas que van a ocupar el espacio o el tiempo que ofrece cada medio de comunicación.</p>	<p>1. Asume como principal elemento del proceso comunicacional al receptor, reconociéndolo como sujeto de derecho</p> <p>2. Comunicación para el cambio, o transformación social</p> <p>3. Son medios autónomos, para la resistencia</p> <p>4. Rivadeneira (1998): Son medios que ven al receptor como un sujeto de derechos sobre los bienes de la cultura, la ciencia, la educación y titular de derecho acerca de su propio destino</p> <p>5. Berrigan (1981:9) “la comunicación de carácter comunitario ha de ser <i>algo</i> más que una programación concebida para grupos seleccionados o especiales</p> <p>6. La comunicación comunitaria según Berrigan (1981) obedece al interés por el papel que podría desempeñar el individuo en la configuración de su propio entorno sociopolítico, económico y cultural</p> <p>7. Anderi (2004:1) plantea que los medios alternativos comunitarios deben expresar una comunicación de servicio público, sin fines de lucro, por lo que deben destinar espacios en su programación que aseguren la participación de la comunidad, a través de programación comunitaria que propicie su desarrollo cultural y socioeconómico</p>

ANEXO 1 (continuación)

Medios Alternativos y Comunitarios	
Postura Positivista	Postura Crítica
<p>8. La comunicación masiva emplea de medios de comunicación con gran alcance, apoyados de la tecnología</p> <p>9. Cañizález (2010) la comunicación de masas surge como producto de una sociedad esquemática y mecánica</p>	<p>8. Villegas (2013) la comunicación popular va más a allá de un medio alternativo, es la comunicación que está en la calle, en el volante, en el grafitti de la pared y no siempre en las cadenas de radio y televisión o en las primeras páginas de un periódico</p> <p>9. Cañizález (2010) la Industria Cultural refleja el panorama social en el que la finalidad racional de una comunicación no alienada se ve sometida a los criterios de racionalidad instrumental</p>

Fuente: Sánchez (2015).

Anexo 2: Principales enunciados teóricos confrontados desde la categoría

Participación Ciudadana Protagónica:

Participación ciudadana protagónica	
Postura Positivista	Postura Crítica
<p>1. Lombardi (2008) señala la democracia necesaria como aquella que surge como un sistema ideal posible, enmarcado y definido por dos factores fundamentales como la libertad y la igualdad</p> <p>2. Camargo (2006 :247) Para la teoría elitista de la democracia representativa la representación excluye la participación ciudadana directa</p> <p>3. Pernalette (2003: 7) “nuestras actuales democracias con frecuencia han limitado la participación de los ciudadanos al mero ejercicio de formal o electoral de depositar el voto</p> <p>4. Sánchez (1999) la democracia representativa partió del supuesto de que los valores del ideario democrático no estaban en la conciencia popular, justificando de esta manera la democracia desde arriba</p> <p>5. Torres (2009:103) la ya conocida comunicación epitáctica o de información ha hecho del perceptor, un medio manipulable</p> <p>Mattelart (2012:157) Las redes de comunicación de la institucionalidad liberal democrática funcionaron como una verdadera línea de masas desde arriba, proyectando de manera vertical los valores hegemónicos sobre las masas de usuarios.</p>	<p>1. Camargo (2006) amplía las características que debe tener el sistema político democrático, desde una postura más social, determinando como principios básicos: la participación y la responsabilidad. Los ciudadanos deben participar como actores y no como meros espectadores</p> <p>2. Camargo (2006:247) Para la teoría participacionista, la participación ciudadana es el fundamento y fin último de la democracia, además de una norma cotidiana de actuación en sociedad</p> <p>3. Boaventura (2007) la democracia se basa en la idea de que los ciudadanos participan directamente en las decisiones políticas y no sólo en las elecciones</p> <p>4. Sánchez (1999:42) En los 80 la ciudadanía comienza a preocuparse por la necesidad imperiosa de cambiar el sistema político representativo y elitista antes expuesto, por la opción de una democracia ciudadana, construida de abajo hacia arriba</p> <p>5. Rivadeneira(1998:48).conceptualiza la participación como el resultado de un proceso de recepción, percepción y procesamiento de datos para la acción humana en uno o varios sentidos.</p> <p>6. Mattelart (2012:157) La participación ofertada por los medios masivos refuerzan la integración narcisista en un sistema de comunicación basado en el consumo, de ningún modo se puede confundir con la integración de un sistema democrático de decisión y acción en el que la participación sería el elemento central de la idea de democracia</p>

Fuente: Sánchez (2015).