

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación.
Escuela de Comunicación Social

El Panal, elaboración de la primera edición de un medio impreso de corte comunitario en la Miel, Parroquia Gustavo Vegas León, adscrita al Municipio Simón Planas, del Estado Lara.

Tutor: Blas Fernández

Dayana Romero
C. I.-18.654.894
Kimberling Ricaurte
C. I.- 17.144.099

Abril 2008

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar a mis padres, Dexie y José, por su apoyo, tiempo y dedicación; por saber educarme y enseñarme que con paciencia todo se puede. A nuestro tutor, Blas Fernández, por su apoyo y optimismo y a la Profesora Patricia Valderrama, quién nos sirvió de guía y consejera en este proyecto. A la profesora Carmen Riera, quien no sólo nos dedicó parte de su tiempo y nos instruyó en el área de diseño sino que también nos animó y ofreció, más que su asesoría, su amistad. A la profesora Corteza Carrizalez, quién desde Barquisimeto también nos orientó y nos brindó su apoyo. A mi abuelita por creer siempre en mí al igual que mi tía Keyla. Por otra parte me gustaría agradecer a cada uno de mis profesores universitarios por su dedicación y por enseñarme a ser una profesional. A mi amiga y compañera de tesis, Dayana Romero, por tener la disposición de trabajar conmigo y por permitirme compartir con su hermosa familia, a quienes también agradezco su cariño y apoyo incondicional, no sólo en éste proyecto, sino el entusiasmo y amor que me han brindado desde que nos conocimos. A Germania Castro por ser una amiga a tiempo completo y por ayudarnos siempre y darnos el apoyo.

Por último, pero no menos importante, le agradezco a Dios porque me permitió cruzarme en el camino de todas estas personas a quienes doy las gracias, y por hacerme sentir que en todo momento estuvo con nosotras.

Gracias.

Kimberling Ricaurte

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Dios por dotarme de paciencia en los momentos en que más la necesitaba, y por darme inteligencia para hacer este proyecto. A la Divina Pastora por escuchar mis súplicas y cumplirme cada una de ellas.

A mi familia por brindarme todo su apoyo y creer en mí, gracias por darme fuerzas. Quiero agradecerle especialmente a mi abuela por encomendarme siempre a Dios y enseñarme a ser la persona que hoy soy. A mi mami por esforzarse en mi educación y darme tanto cariño, a mi papá Jimmy por ser tan especial conmigo y apoyarme, a mis tías por su apoyo y su cariño incondicional. A todos ustedes GRACIAS.

Por otra parte quiero agradecerle a los profesores Blas Fernández, Patricia Valderrama, Corteza Carrizalez, Carlos Jiménez y Carmen Riera, por guiarnos en este proyecto, que tanto esfuerzo y desvelos nos costó. A mis amigas, Germania y Kimberling, por ser incondicionales y hacerme sentir en casa, aún cuando la mía estaba tan lejos, y por permitirme compartir con sus familias que me han tratado como una hija más.

Dayana Romero

INTRODUCCIÓN

Los medios comunitarios representan un aporte en los procesos de desarrollo y juegan un papel importante en la democracia, en las reivindicaciones sociales y en la generación de conocimiento, incidiendo en las dimensiones culturales y sociales del cambio de las comunidades.

Estos medios se suman a la esfera del desarrollo social y cultural proporcionando canales de participación y de ejercicio de poder, y transformando las experiencias individuales en visiones compartidas de la realidad, trabajando en pro de la construcción de la comunidad.

El objetivo principal de los medios comunitarios es funcionar como voceros de la comunidad, servirle a la misma como el canal por el cual se puedan expresar sus denuncias, carencias, problemas, así como sus fortalezas, valores y su cultura.

Por ello planteamos una nueva visión informativa comunitaria para la población de La Miel ubicada en la Parroquia Gustavo Vegas León del Municipio Simón Planas, del Estado Lara.

La creación de este medio intentará suplir la carencia informativa que poseen los habitantes del poblado larense, quienes han manifestado su necesidad de contar con un periódico que plasme la realidad de los hechos que ocurren en su entorno, así como la exaltación de sus valores y costumbres.

La comunidad de La Miel no escapa a la realidad de la mayoría de las comunidades del país, particularmente de las regiones, en poseer la necesidad de

contar con espacios informativos permanentes que les permita participar en la toma de decisiones orientadas a solventar sus principales problemas y así cubrir sus necesidades.

Nutrir la cultura de la información en esta población, significaría dar el primer paso para consolidar espacios de encuentro entre sus habitantes y así propiciar la participación popular, y de esta manera impulsar el rescate del sentido de la democracia y que sus habitantes se involucren con conciencia y voluntad dentro de la vida comunitaria, podrán organizarse y ejercer control, directo e indirecto, en la ejecución de proyectos y medidas que aporten soluciones y un verdadero cambio al bienestar comunitario.

Para ello, es necesaria la organización de la comunidad, lo cual motivaría a los individuos a conocer sus fortalezas y determinar sus carencias para que, de esta forma, puedan ser ellos mismos quienes solventen sus problemas.

Aunque la planificación y ejecución de este proyecto pueden presentar algunas limitaciones tales como: el factor tiempo, la distancia espacial y en especial el factor económico debido a los gastos que implica el traslado hacia la zona de estudio y los costos de elaboración, diseño e impresión del periódico que se presentará como modelo. De igual forma, el factor tiempo y la distancia espacial serán limitantes para la ejecución del proyecto. Sin embargo, tales limitaciones no serán determinantes a la hora de cubrir nuestro principal objetivo.

Cabe destacar que en el presente trabajo se podrá encontrar la descripción detallada de lo qué es la población de La Miel, sus habitantes, sus principales fuentes de empleo, desarrollo económico, costumbres y creencias, así como las

razones que condujeron a proponer la creación de un medio impreso de corte comunitario en esta localidad larense.

Por otra parte, se hallarán las perspectivas teóricas que fundamentan la práctica del periodismo comunitario, abarcando desde el origen de los medios comunitarios hasta su evolución, así como los instrumentos de investigación y recolección de datos, muestra de estudio y los resultados que dieron origen a la creación de El Panal.

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación.
Escuela de Comunicación Social

El Panal, elaboración de la primera edición de un medio impreso de corte comunitario en la Miel, Parroquia Gustavo Vegas León adscrita al Municipio Simón Planas del Estado Lara.

Tutor: Blas Fernández

Abril 2008

Resumen

El presente trabajo de grado tiene como objeto crear la primera edición de un medio comunitario impreso que mantenga informada a la población de la Miel acerca de los eventos que ocurren dentro de su jurisdicción, y del Estado Lara. La elaboración del medio surgió como una respuesta a las necesidades informativas que se observaron en la población de La Miel, ubicada en la Parroquia Gustavo Vegas León del Municipio Simón Planas. La ausencia de medios de comunicación impresos en la comunidad mielense la han llevado a padecer vacíos informativos notorios por lo cual se propone en este trabajo la creación de un medio comunitario que satisfaga las necesidades informativas de la población según las preferencias observadas en el estudio aplicado a sus habitantes.

Palabras Claves: Comunicación alternativa, comunicación comunitaria, periodismo social, medio comunitario.

Central University of Venezuela
Faculty of Humanities and Education
School of Social Communication

**The Honeycomb, elaboration of the first edition of a printed way of
community cut in the Honey, Parish Gustavo Vegas León
assigned to the Municipality Simón Planas of the State Lara.**

Tutor: Blas Fernandez

April, 2008

Summary

The present work of degree has as object create the first edition of a community printed way that keeps the population of the Honey informed brings over of the events that happen inside its jurisdiction, and of the State Lara. The production of the way arose as a response to the informative needs that were observed in the population of The Honey, located in the Parish Gustavo Vegas León of the Municipality Simón Planas. The absence of mass media printed in the community mielense have led her to suffering informative well-known emptinesses for which one proposes in this work the creation of a community way that it satisfies the informative needs of the population according to the preferences observed in the study applied to its inhabitants.

Key words: alternative Communication, community communication, social journalism, community way.

ÍNDICE

1.- Portada.....	1
2.- Agradecimientos.....	2
3.- Introducción.....	3
4.- Resumen en Español.....	7
5.- Resumen en Inglés.....	8
6.- Índice.....	9
7.- Capítulo I: Problema de investigación	
7.1.- Planteamiento del problema.....	11
7.2.- Objetivo General.....	14
7.3.- Objetivos específicos.....	14
7.4.- Justificación de la investigación.....	15
7.5.- Delimitación del problema.....	15
8.- Capítulo II: Marco Teórico	
8.1.-Historia de La Miel.....	17
8.1.1.- Antecedentes.....	21
8.2.-Comunicación y comunidad: Vínculo estrecho.....	26
8.3.- Comunicación Comunitaria: Comunicación para el desarrollo.....	31
8.4.- Los Medios Comunitarios en Venezuela.....	36
8.5.- Desarrollo Comunal en Venezuela.....	43
8.6.- Periodismo y Comunidad.....	46
9.- Capítulo III: Marco Conceptual.....	50
10- Capítulo IV: Marco Metodológico.....	57

10.1.-Proceso Metodológico.....	57
10.1.1.- Método.....	57
10.1.2.- Muestras.....	59
10.1.2.1.- Características de la población de estudio.....	60
10.2.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	63
11.- Capítulo V: Presentación y análisis de resultados.....	66
11.1.- Primera etapa de análisis de resultados.....	67
11.2.- Segunda etapa de análisis de resultados.....	98
11.2.1.-Comparación y cruce de resultados.....	99
12.- Capítulo VI: La propuesta.....	100
12.1.- Características del Periódico.....	100
12.2.- Manual de Estilo.....	104
13.- Conclusión.....	121
14.- Anexos.....	124
15.- Bibliografía.....	128

CAPÍTULO I:

Planteamiento del problema

Cuando se habla de comunidad se piensa en una dinámica colectiva a través de la cual sus integrantes se involucran de forma consciente y voluntaria en cada uno de los aspectos que la conforman ya sean políticos, económicos, sociales, entre otros.

Cualquiera de estos aspectos la afectan, de forma positiva o negativa, y dependiendo de su nivel de organización social podrán hacerle frente a situaciones problemáticas que ocurran en su entorno, y a su vez promoverán estrategias encaminadas a solventar su crisis.

Como es el caso de La Miel, capital de la Parroquia Gustavo Vegas León, adscrita al Municipio Simón Planas, perteneciente a la región centro occidental del Estado Lara, habitada por aproximadamente 8 mil personas. Este poblado presenta problemas con la prestación de los servicios públicos, agua, medicaturas rurales, sistema de alumbrado público, así como problemas de delincuencia, inseguridad social y drogadicción.

Además de los problemas mencionados anteriormente, la comunidad carece de un medio impreso permanente que los mantenga informados de los eventos más relevantes ocurridos dentro de ella, ya sean de tipo político, social, económico, cultural, educativo, deportivo, de sucesos o aquellos que den a conocer los recursos destinados en pro del mejoramiento de cada uno de los sectores que la constituyen, del funcionamiento de los Consejos Comunales, de los proyectos realizados por la Alcaldía de Simón Planas, entre otras noticias, ya

que los dos principales diarios que circulan en esta población , El Informador y El impulso, mantienen una política editorial y una línea informativa fijada desde una perspectiva regional más no alternativa, es decir, la mayoría de las informaciones manejadas pertenecen a territorio barquisimetano y zonas aledañas, como Cabudare, ya que ambos medios realizan sus actividades y se ubican en la ciudad de Barquisimeto, capital del Estado Lara.

Para verificar la existencia de esta carencia informativa en la capital de la Parroquia Gustavo Vegas León, se realizó un sondeo de opinión pública, mediante una encuesta, a los residentes de los diferentes sectores que la conforman. Efectivamente, todos manifestaron su deseo de contar con un periódico que refleje la realidad de la comunidad de forma más cercana de manera de no depender sólo de los diarios regionales.

Sin embargo, hay que destacar que esta problemática es causada por la misma desorganización de la comunidad y la falta de espacios informativos que reflejen su realidad y que los ha llevado a poseer una cultura de la información muy precaria.

Estos factores han desencadenado consecuencias en la población y la han ido moldeando lentamente, teniendo los siguientes efectos:

- Desorganización de la propia comunidad conllevando a que sus individuos no puntualicen y conozcan sus carencias y fortalezas.
- Desconocimiento de la población y de las autoridades competentes sobre las necesidades del poblado.

- Adopción de 2 corrientes informativas únicas conformadas por los diarios El Impulso y El Informador, los cuales son leídos con frecuencia por los Mielenses, con actitud pasiva porque no exigen ni buscan crear un medio informativo impreso que refleje su acontecer diario, a pesar de que les gustaría contar con ello.
- Limitación de la participación en la toma de decisiones que afectan a la comunidad, ubicándola al margen de muchas informaciones relevantes acerca de su entorno.
- Por poseer una cultura de información precaria se mantiene alejada de su realidad, incluso existe sentimiento de exclusión en los residentes de algunas zonas del poblado. Ellos consideran que hay ausencia de espacios de encuentro donde se promueva la participación y se posibilite el desarrollo de la comunidad.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de este trabajo es crear la primera edición de un medio comunitario impreso que mantenga informada a la población de la Miel acerca de los eventos que ocurren dentro de su jurisdicción, y del Estado Lara.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un medio impreso de corte comunitario para el poblado de La Miel para fomentar la cultura de información en la comunidad.
- Lograr la participación de las personas de la comunidad en la elaboración de algunos géneros periodísticos, según la especialidad en que se desempeñen y las habilidades que posean.
- Impulsar la inversión de las empresas que desarrollan sus actividades económicas en la región para la puesta en marcha del proyecto.
- Estimular una mayor participación de la comunidad para la solución de los problemas, mediante la creación de este medio.
- Formar nuevos canales de comunicación y relaciones sociales.
- Establecer estrategias de comunicación que permitan dar continuidad al proyecto más allá del ámbito académico.

JUSTIFICACIÓN

La creación de un medio impreso de corte comunitario surge de la necesidad de enriquecer la cultura de la información precaria que poseen los habitantes de la mencionada población larense, y al mismo tiempo de la intención de promover la participación popular de la comunidad.

Asimismo, se intenta ofrecer nuevas estrategias comunicacionales que se conviertan en una opción informativa fresca, concisa y comprensible para el público al cual va dirigido.

Este medio creado para la comunidad también podrá servir como una vía de comunicación que incremente la realización de actividades culturales y deportivas, así como económicas y políticas, logrando mayor participación popular en las mismas y mayor interés, no sólo en los pobladores de La Miel sino en sus autoridades competentes.

Con la organización de la comunidad, se podrá brindar una mayor solidez a este proyecto ya que es a través del poder y la participación popular que se logrará el apoyo colectivo. Con ello se elevará la confianza comunitaria y se enaltecerán las capacidades y potencialidades del poblado, en otras palabras, se intentará elevar el autoestima colectiva de La Miel.

De igual forma, la creación de este medio impreso alternativo busca generar el interés de los estudiantes de la región por iniciar estudios en el área de la comunicación social y, de resultar exitoso el proyecto, con el transcurrir del tiempo

se generaría una fuente de empleo para los egresados en el área de las comunicaciones y el periodismo.

DELIMITACIÓN

Elaborar un periódico comunitario de publicación mensual que brinde información acerca de La Miel a sus vecinos.

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

HISTORIA DE LA MIEL

Los registros más antiguos hasta ahora investigados sobre La Miel apuntan que fue en el año 1591 que se estableció como un sitio perteneciente a la jurisdicción del Estado Lara.

Sus orígenes se ubican hacia el siglo XVI y sus registros establecen que los primeros títulos de composición de tierras fueron otorgados en Barquisimeto por el Gobernador Don Diego de Osorio en 1596.

Sus primeros pobladores fueron los indios Atures y en su formación el poblado era reconocido con el nombre de Pajoncito. En aquel entonces todo era montañoso, potreros y sabanas de estadía, parada de rutereros o viajeros de la vía. Los transeúntes de la época se trasladaban a pie o usaban como medio de transporte a las bestias con las que arreaban el ganado.

En sus inicios, los visitantes de El Pajoncito sólo contaban con dos casas de antaño en las cuales hospedarse. Una de ellas era la de la familia Sánchez, fundadores del pueblo, y la otra casa era la de Don Mirtiliano Mújica, en la cuál se hospedaban los arrieros.

Uno de los fundadores del pueblo, el General José Benito Sánchez, fue adquiriendo por medio de los comuneros de la zona las 1.070 hectáreas que componían el poblado. Entre las primeras familias del pueblo se cuentan la familia

Romero, la familia Carmona y la familia Peraza, son consideradas, junto a los Sánchez, fundadores del mismo.

Con el transcurrir del tiempo El Pajoncito, como era conocido el pequeño pueblo ubicado al occidente de Barquisimeto, pasó a ser llamado La Miel. Este nombre le fue adjudicado por los caminantes que solían pasar por allí, al observar a los grupos indígenas, que habitaban las riberas del Río Guache, quienes producían miel en abundancia. “¡Epa, nos vamos a parar en la miel!”, exclamaban aquellos quienes pasaban por el pueblo y así fue reconociéndose al mismo desde aquél entonces hasta nuestros días.

Aunque en sus comienzos La Miel contaba tan sólo con una población de 8 familias, con el paso de los años ha ido aumentando su número de habitantes hasta llegar a los 8 mil que actualmente la integran.

En cuanto a su economía, la Miel dejó de ser un sector agrícola productor de caraotas, maíz, papelón, chimo y café para industrializarse y ahora contar con industrias de alimentos, como Demaseca, y de licores, como Destilerías Unidas.

Antiguamente, en el sector lo que prevalecía era la presencia de pequeños abastos y bodegas que funcionaban en las principales casas del poblado. Actualmente, La Miel cuenta con bodegas, abastos, agencia de festejo, licorerías, panaderías, carnicerías, charcuterías, farmacias, talleres mecánicos, entre otros establecimientos comerciales, así como productoras de bloques y areneras.

Por otra parte, el poblado cuenta con locales como El Club Social La Esquina, Mi Tarimba, La Tasca de Nia, Los Caneyes, Quinientas Millas y Mil Amores, para su recreación social.

Creencias y Costumbres

La comunidad de La Miel se ha caracterizado en el tiempo, según narra el cronista Gómez, por ser una población de costumbres y creencias católicas. Cada año los feligreses del poblado rinden tributo a la Virgen María Auxiliadora y a la Cruz de Mayo. Asimismo, los 16 de julio de cada año celebran el día de la Virgen del Carmen con gran alegría y devoción.

Más allá de lo católico- religioso, también existe la creencia en los rituales mágico- religiosos. El Chivato y el Cerro de La vieja, montañas del pueblo, son conocidos como centros de culto espiritista a los cuales acuden sus habitantes y de otros sectores del país.

Por otra parte, suelen celebrarse año tras año los famosos Carnavales Turísticos de la Miel, a los cuales asisten sus pobladores y turistas de todo el país. En estas celebraciones suele elegirse a la reina de los carnavales y se realizan desfiles de carrozas y comparsas donde se premian a la mejor carroza y al mejor disfraz. También se realiza conciertos con artistas nacionales e internacionales, los que constituyen una de las mayores atracciones de los carnavales.

Educación y Deporte

Desde la fundación de la Miel, la misma ha contado tan sólo con una institución educativa: La Escuela Nacional Atures. Esta institución brinda formación en estudios primarios, secundarios y media diversificada.

En cuanto al deporte, se inicia en 1930 predominando la disciplina del béisbol bajo la conducción del profesor Napoleón Mújica. Gracias a la inclinación deportiva de la población Mielense, actualmente se mantiene la cultura del béisbol,

sumándose además el softball, el fútbol, el baloncesto, las bolas criollas y, actualmente, el ping pong.

Gracias a su cultura deportiva, el poblado cuenta con dos estadios de béisbol, un campo de fútbol y una cancha de Baloncesto, para su desarrollo deportivo.

ANTECEDENTES

La comunicación y la información, como necesidades básicas de los seres humanos, han evolucionado en el tiempo hasta llegar a generar medios que integren e impulsen las verdaderas comunicaciones en las comunidades.

En el Municipio Simón Planas, Parroquia Gustavo Vegas León, del Estado Lara, se han realizado múltiples intentos por crear medios de comunicación impresos de corte comunitario. Uno de ellos fue el boletín informativo “Luz” el cual surgió en Sarare, capital del Municipio y pueblo vecino de la Miel, como un proyecto entre amigos que buscaba despertar la curiosidad de los habitantes de este poblado, principalmente, estimular a que estos demostraran sus talentos, dieran a conocer sus costumbres y rescatar los valores culturales del sector.

Según Aida Peralta, maestra jubilada de la Unidad Educativa Alcides Lozada de Sarare, este proyecto comunicacional surgió de la unión de Jesús Cárdenas Nazca, Reinaldo Angulo (Médico e integrante del Coro de la Universidad Centro- Occidental Lisandro Alvarado), Víctor Lucena (quién fungió como diagramador del boletín) y la maestra Peralta. El boletín recibió el nombre de “Luz” por medio de un sorteo que realizaron sus creadores, el mismo comenzó a circular en el año 1979.

El nombre del boletín surgió, según explica Peralta, como “algo bíblico que se traducía en un nuevo amanecer, un nuevo despertar para la población”. En sus primeras ediciones, Luz abrió sus páginas con informaciones culturales, fiestas patronales y relatos históricos.

Con el tiempo, se agregaron más informaciones en esta publicación de carácter mensual, en las cuales se encontraban desde las denuncias acerca de

las fallas de los servicios en la comunidad de Sarare hasta tips para las prácticas de la agricultura.

Este pequeño boletín informativo logró publicarse gracias a las colaboraciones de Bs. 4 mensuales y aportes de sus creadores y algunos comerciantes del sector. Con el transcurrir del tiempo Nicolás Barrios, Pascual Linarez y Alirio Pérez se sumaron al proyecto, lográndose así aumentar el tiraje por edición a 30 ejemplares mensuales.

Sin embargo, sus creadores se vieron obligados a dejar de producir el mensuario debido a la falta de credibilidad en el proyecto por parte de instituciones gubernamentales y empresas de la zona que pudieran financiar o ayudar económicamente en cuanto a la impresión del boletín, así como la poca importancia y apatía que se mostró en torno a la continuación del mismo.

Aunque no hay un número exacto en cuanto a las ediciones publicadas, el periódico Luz logró publicarse del 1979 hasta 1986 cuando las condiciones económicas de sus realizadores no dieron abasto para sostener el mismo.

Otros proyectos informativos

“Luz” es considerado en la región como el pionero de los medios informativos de corte comunitario y a pesar de que no se le pudo dar continuidad a este proyecto, el mismo sirvió y ayudó a la creación de proyectos informativos similares surgiendo así el boletín llamado “Aquí y Ahora”.

Este boletín informativo nació de la mano de Rosa Torrealba y Domingo Mendoza, junto con la colaboración de la Profesora Aída Peralta.

Aquí y Ahora también contó con una circulación mensual de sus ejemplares. El mensuario contenía diversas informaciones dentro de las que se destacaban principalmente el folklore y la cultura. Al igual que Luz, fue un proyecto financiado en su mayoría por sus creadores.

Sin embargo, el periódico contó con menos aceptación y apoyo que Luz por lo que sólo logró publicar 4 ediciones.

Años más tarde, en 1997, nace una nueva idea pero ya por iniciativa personal del Cronista y educador de Sarare, Santiago Querales, quién también es residente del pueblo de Sarare. Este boletín llamado El Pregonero de Sarare, también es de publicación mensual.

Según Querales, el Pregonero de Sarare surge por la necesidad informativa en cuanto a lo ambiental, cultural, educativo e histórico en la zona. Esta iniciativa sin fines de lucro, intentó ser un proyecto que involucrará a diversas personalidades de la zona, sin embargo, debido a la desorganización y la falta de compromiso no se pudo lograr este objetivo por lo que Querales puso en marcha el proyecto de manera individual.

En sus inicios, el boletín lograba ser publicado gracias a la colaboración de la Universidad Cetro Occidental Lisandro Alvarado (UCLA), quien ayudaba a Querales con su impresión mensualmente, que en principio poseía un tiraje de 200 ejemplares.

En las primeras ediciones, El Pregonero de Sarare contaba con un formato de 2 páginas extra oficio (una hoja) y sólo se publicaba en él informaciones educativas, ambientales, culturales e históricas.

Actualmente, el boletín se edita en un formato de 2 hojas (4 páginas) extra oficio, impresas por ambos lados, contando así con páginas en las cuales se siguen publicando informaciones culturales, ambientales, educativas e históricas pero también informaciones de política y cuenta con la participación ocasional del Cronista de La Miel, Lino Gómez, quien colabora con la redacción de artículos históricos acerca del poblado mielense.

A pesar de que el boletín ya no cuenta con la colaboración de la UCLA ni de ninguna institución de la zona sino que es financiada en su totalidad por su creador, el mismo a podido mantenerse y es distribuido a educadores y “personas con hábito de lectura y entre aquellas que puedan ser multiplicadoras de la información que contiene el boletín”, explica Querales.

Bajo el mismo estímulo que surgió El Pregonero de Sarare, nace hace tres años *Rebelión*. Este periódico comunitario creado en el 2005 funcionó también en Sarare. En principio, contó con la participación de profesionales de la educación y otras personalidades del poblado, así como el cronista Querales.

Aunque la primera edición de *Rebelión* fue un gran éxito, la falta de coordinación y la dificultad de trabajar en equipo condujo a que el periódico sólo logrará publicar 2 ediciones.

En la actualidad

A pesar de los múltiples intentos que se han hecho por realizar medios de información, no existe ninguno que haya contado con verdadero éxito. Además, es notorio que todos los esfuerzos e iniciativas de crear tales medios provienen del poblado de Sarare.

En La Miel no existe ningún tipo de iniciativa que conlleve a la creación de un medio de información. Es por ello que se plantea la elaboración de un periódico que rompa con las líneas editoriales que poseen los medios que actualmente circulan en el poblado y que se presente como una opción fresca y novedosa para la población.

Como consecuencia directa se ha creado un vacío informativo entre los pobladores, además, de un gran desinterés por mantenerse informados acerca de lo que ocurre en su estado y en su población.

COMUNICACIÓN Y COMUNIDAD: VÍNCULO ESTRECHO

La comunicación es la dinámica resultante de uno o varios procesos informativos previos, que posibilita la interacción de forma equitativa entre los interlocutores, producto de la reducción de aspectos como la incertidumbre, permitiendo así el sentido de convivencia, organización y participación social.

Según Antonio Pascuali (1979), la comunicación ocurre cuando hay "interacción recíproca entre los dos polos de la estructura relacional (Transmisor-Receptor)" realizando la "ley de bivalencia", en la que todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor. "Es la correspondencia de mensajes con posibilidad de retorno mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad" (Pascuali, 1979).

Ahora bien, una comunidad se constituye, siempre que quienes la integran sean capaces de generar o establecer la comunicación, como una unidad social con características determinadas que permiten la organización entre los grupos de personas que se encuentran dentro de esa unidad social

Entre comunidad y comunicación existe un vínculo estrecho debido a que es a través de la dinámica comunicacional como se pueden conocer los hechos, sucesos, acontecimiento, en fin las informaciones que se suscitan dentro de las comunidades, de allí radica la importancia de que se establezcan comunicaciones efectivas entre los individuos que forman parte de dicha unidad social.

Queda claro que el elemento esencial dentro de una comunidad es la comunicación, de esta relación emanan los siguientes elementos que conforman a una comunidad:

- ✓ Un grupo de individuos que mantienen relaciones sociales de las que se generan patrones de conducta que norman la vida comunitaria.
- ✓ La comunidad se conforma dentro de un territorio delimitado.
- ✓ El grupo satisface sus necesidades básicas mediante experiencias que se materializan en una serie de habilidades para el trabajo.
- ✓ Cada una de estas unidades sociales se organiza de forma espontánea conformándose en grupos.
- ✓ En casi todas las comunidades se establecen estratos o capas de población que funcionan siempre con intereses opuestos, y en sus relaciones se halla la dinámica del desarrollo.

Pero para que las comunidades puedan establecer comunicaciones eficientes que les permitan fortalecer la cultura de la información entre los individuos que la integran es necesario que cuenten con medios que agilicen los procesos informativos dentro de ella.

La relación de la comunidad con los diferentes medios de información es estrecha ya que los acontecimientos, hechos o noticias que ocurren en ella son presentados a todos sus miembros en igualdad de condiciones a través de la prensa, la radio o la televisión como facilitadores de la información.

Sin embargo, en muchos casos este vínculo está limitado por los intereses que envuelven a los medios, producto a que detrás de estos tradicionalmente se mueven grandes organizaciones empresariales interesadas política o

económicamente en establecer las pautas informativas, que en definitiva determinan lo que los habitantes de la comunidad leerán, escucharán o verán.

Ante tal imposición, han surgido nuevas corrientes comunicacionales como es el caso del Periodismo Social, la cual deriva de la comunicación comunitaria y/o alternativa, estableciéndose como una nueva línea informativa y política editorial que tiene como objetivo el bienestar social, la participación y la exaltación de los valores de la cultura popular.

Otro claro ejemplo está presente en el Comité de Periodismo Moderno de la Universidad de Colorado, Estados Unidos, que establece: “la comunicación tiene un papel eminente, es el vehículo del cuerpo social acerca de los individuos, identifica la cultura común, ve su tendencia, vierte ideas en el caudal intelectual, procura datos de la vida diaria, grandes o pequeños del drama humano, ubica al hombre con luz inteligible frente al mundo y al romper su soledad le da sensación de vecindad y lo incorpora a la vida de la cual fuera sustraído” (Informe del Comité de Periodismo Moderno Universidad de Colorado, USA).

Por otra parte, el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial define el periodismo social como un periodismo que asume su responsabilidad en los procesos sociales, reflexionando sobre su papel en el devenir social y preocupándose por la búsqueda de soluciones. Se ha convertido en una herramienta que busca integrar y representar a los distintos actores que conforman el círculo social, constituyéndose en una nueva forma de hacer prensa. (Disponible en:<http://www.iarse.org/site/modules.php?name=News&file=article&sid=246>)

Según este Instituto argentino, el Periodismo Social propone la búsqueda de otra fuente de información capaz de proveer las novedades y noticias que son

soslayadas por la prensa tradicional y que se refieren directamente a la unidad social.

La mayoría de estos planteamientos no son nuevos, ya que muchos de ellos surgieron a la par del desarrollo de los medios masivos o de información, y que en la actualidad mantiene su vigencia por la estrecha relación que existe entre comunicación y comunidad.

Además, han permitido mantener y estimular continuamente la creación de medios comunitarios en gran parte del mundo, cuyo desarrollo se ha caracterizado por surgir de la iniciativa de los ciudadanos, encontrando, en algunos casos más que otros, apoyo por parte del Estado, como se observa en los diferentes países de América, Europa, Asia, Oceanía, y más recientemente Venezuela con sus contradicciones.

El Plan Nacional de Apoyo a los Medios Comunitarios en Venezuela afirma que en tales medios se democratiza la comunicación y con ello se democratiza la sociedad, dejando atrás la imposición de los “jefes”, quienes son los que deciden lo que se debe decir, en el caso de los medios comerciales.

Estos medios ofrecen la oportunidad de que la misma comunidad se capacite para llevar a cabo la elaboración de los programas, de manera autónoma, permitiéndoles reconstruir su identidad cultural, y respaldar la educación con mayor solidez.

El Plan sostiene, “durante mucho tiempo el oligopolio de las frecuencias radioeléctricas atentó contra la libertad de expresión en Venezuela y empobreció el indispensable pluralismo informativo. Hoy los medios comunitarios se gestionan de forma democrática y permiten reconstruir la democracia desde la participación

activa de los ciudadanos en la producción de la información, en el rescate de una imagen digna de las comunidades populares y de la mujer, de nuestras voces y de nuestros sueños”.

En resumen, los medios comunitarios han surgido en el tiempo como una herramienta implementada por las comunidades, con el fin de generar un impacto político, cultural, educativo, social y económico que les permita desarrollarse como parte activa en las tomas de decisiones y actividades que les afectan.

Al constituirse los medios comunitarios como entes de promoción de la democracia, se generan espacios que promueven la participación popular y en los que la propia comunidad tendrá en común la solución de sus debilidades, así como el fortalecimiento de la colectividad. A su vez, se convierten en espacios en los que la educación y la libertad de expresión adquieren un papel fundamental, ya que constituyen valores básicos del ser humano.

Por otra parte, como se ha mencionado la comunicación también va ligada a la dinámica de la participación popular que se origina en una comunidad, porque es a través del proceso comunicacional que los individuos se involucrarán de forma consciente y voluntaria en los aspectos que los afectan, de existir desinformación y falta de comunicación entre ellos sería arduo promover la participación comunitaria.

El poder popular es un proceso que se construye a partir de cada logro colectivo, y para ello es necesaria la interacción constante entre las personas que encaminarán sus acciones y que estarán presentes en cada toma de decisión en los asuntos de interés público.

Alirio González y Clemencia Rodríguez (2006) apuntan la necesidad de empezar a entender la comunicación como la práctica de la democracia, y dejar de tomarla como una simple herramienta.

COMUNICACIÓN COMUNITARIA, COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Los medios de Información comunitarios propician vías de participación ciudadana y de ejercicio de poder, de esta manera están enmarcados dentro de la dimensión de desarrollo social y cultural mediante la cual logran transformar las experiencias individuales en perspectivas compartidas de una misma realidad, favoreciendo el trabajar por la construcción de la comunidad.

Estos medios proporcionan información pública en un contexto determinado, que en este caso es la comunidad, comunidad que no sólo debe ser entendida como un escenario geográfico sino como un escenario social del que se desprenden relaciones comunicativas que merecen ser conocidas y atendidas.

Entre sus funciones se encuentra reproducir y representar los intereses comunes que vinculan a los individuos que conforman la comunidad. Esta por sí sola sirve como marco de referencia para hacer una interpretación compartida de su realidad, si se toman en cuenta los intereses comunes de los individuos.

El discurso de los medios comunitarios está enfocado en las audiencias representadas por grupos o comunidades que están privados del acceso al poder así como también de su derecho a participar como ciudadanos. Desde esta perspectiva, es que se fundamentan los propósitos de los medios comunitarios.

Los temas que son destacados en el discurso de estos medios, como información local, cobran suma relevancia para la comunidad, y cabe destacar como se ha dicho, que por lo general son temas soslayados por los principales medios de comunicación social.

Uno de los aportes que han hecho los medios comunitarios al desarrollo radica en las acciones tomadas con el fin de reforzar los lazos sociales como una base simbólica para el cambio. Cuando se habla de “simbólico” se quiere decir que las experiencias privadas o individuales son convertidas o transformadas en experiencias públicas o colectivas.

Medios impresos, como boletines y periódicos locales, así como la radio comprenden la categoría de los medios comunitarios y actualmente también engloba las nuevas tecnologías de información y comunicación, mejor conocidas como las TIC.

Respecto a la radio, es la herramienta de comunicación comunitaria dominante ya que permite llegar hasta las comunidades más pobres. Por ello, la radio comunitaria ha cobrado solidez dentro de esta categoría.

Según Stefanía Milán, los rasgos que caracterizan a los medios comunitarios, por lo general, son:

- ⇒ Un alto grado de horizontalidad.
- ⇒ Apertura y oportunidades de participación.
- ⇒ Son medios de expresión de la comunidad más que por la comunidad.
- ⇒ Brindan la posibilidad de que los individuos de la comunidad tengan acceso al medio cada vez que lo deseen.

- ⇒ Hacen énfasis en el diálogo y la comunicación como un proceso interactivo.
- ⇒ En cuanto a la radio, no sólo es un canal de transmisión, puesto que es también un canal para escuchar la voz de la gente de la comunidad.
- ⇒ Cubren diferentes temas, pero generalmente abarcan todo lo relacionado con la llamada “misión social”.
- ⇒ No son de carácter lucrativo (debería ser así, según el autor)
- ⇒ Han de estar integrados por personas voluntarias y personal no asalariado. (debería ser así, según el autor)
- ⇒ Deben representar un modo no comercial de hacer comunicación, independientes de presiones económicas y políticas.

En su texto *Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo*, Milán afirma que la ausencia de un sistema de subsidio privado, de larga duración o de gestión estatal pone en peligro la existencia de los medios de comunicación comunitarios.

La autora hace énfasis en la idea de que el concepto de comunicación comunitaria está vinculada con la comunicación para el desarrollo, ya que según ella una de las mayores contribuciones de estos medios ha sido el reforzamiento de los vínculos sociales en pro del cambio.

En este punto es importante destacar que la UNESCO es la institución internacional más activa en el ámbito de la comunicación comunitaria, sobre todo a partir de los años 60 con el debate referente al *New World Information and Communication Order*.

Dentro de este campo, la Institución tiene como misión la promoción y defensa de la libertad de expresión, entre otras prioridades orientadas al desarrollo. Sus preocupaciones han estado centradas en tres aristas:

1. La promoción de la libertad de expresión y el pluralismo mediático.
2. El desarrollo de los recursos humanos.
3. El desarrollo de los medios comunitarios.

Por su parte, Milán asevera que los medios comunitarios contribuyen al desarrollo del “nivel base”, el cual es el nivel más difícil de alcanzar a través de la mayoría de los programas destinados al desarrollo. Además, hacen aportes al desarrollo de dos dimensiones principales: el nivel procesal y el simbólico.

El primero funciona como una vía de participación. En este nivel los medios comunitarios representan “la voz de los sin voz”, permitiéndole a los individuos de la comunidad expresar sus preocupaciones, problemas o necesidades. Por ser medios de acceso abierto, representan una herramienta para el ejercicio de la democracia.

El segundo o nivel simbólico, funciona como un medio de toma de poder. Se evidencia que el cambio es posible cuando se le otorga a la gente la capacidad de que pueda generar iniciativas propias en el ámbito local.

Este nivel representa una manera de ejercitar la imaginación y de plasmarla en una práctica en la que la gente sea partícipe con su propia expresión. Esto quiere decir que lo que comienza como una experiencia individual desemboca en una experiencia colectiva, en la cual la comunidad crea significados compartidos e

interpretaciones de la realidad, y a la vez comienza a fijar las oportunidades de cambio.

En este sentido, Stefanía Milán establece que el ámbito local es el campo de batalla donde las luchas contra la pobreza y el subdesarrollo deberían tener lugar. Asimismo, dice que la transformación simbólica y cultural es el primer paso hacia un proceso de “poner la vida en tus manos”.

También destaca que se trata de un proceso de toma de conciencia que se da de abajo hacia arriba, desde una experiencia individual y de grupo enmarcadas en un nivel base.

Es justo aquí donde los medios comunitarios pueden desempeñar una labor de suma importancia, “ya que son un modo de ejercitar y expresar la imaginación, ambas un modo de desplegar y traducir la imaginación en práctica”, plantea Milán.

Además, también sugiere que los medios comunitarios deberían ser clasificados como medios de comunicación de interés público, sustituyéndose la clásica definición de servicio público. En este sentido, sus principales objetivos deberían estar enmarcados en “la promoción del buen ser humano, del justo intercambio de opiniones y del entendimiento recíproco”.

LOS MEDIOS COMUNITARIOS EN VENEZUELA

En Venezuela, los medios alternativos datan desde los años 1.800, antes que los medios comunitarios. En la modalidad de la prensa escrita, el pionero en el país fue el *Correo del Orinoco*, creado en 1818 por el Libertador Simón Bolívar en Angostura.

Aunque ambos términos pudieran parecer similares, no son del todo iguales. Los medios alternativos se crearon como una nueva opción de las comunicaciones ante los grandes medios comerciales, es decir, buscaban romper con los paradigmas tradicionales y ofrecer un periodismo diferente y nuevas formas de relaciones sociales. En Venezuela, este esfuerzo se vio pasmado debido a la falta de apoyo hacia los mismos.

Aludir en el país a algún tipo de experiencia comunicativa de corte popular significaba oponerse al poder establecido, independientemente de si era el poder mediático o el de los gobiernos que tuvieron lugar en el período democrático, específicamente a partir de la década de los setenta.

Durante los años 1970 y 1980 los medios comunitarios, en su mayoría, eran dependientes del trabajo voluntario, de la cooperación internacional y hasta de los “tímidos avisos” que expresaban solidaridad más allá de un interés comercial.

Partiendo de un encuentro de experiencias de comunicación popular, en el cual prevalecieron medios pro-oficiales de la época (sólo algunos gobiernos regionales), Elías Santana expresó en el año 2003 que “no existían instancias del Estado que estimularan medios con perfil comunitario, de allí que advirtiera que tras la profusión de estos nuevos medios podrían esconderse empresas

interesadas en evadir regulaciones propias del sector privado, o estaciones de radio y TV al servicio de un proyecto partidista”, según Raisa Urribarri, en su texto *Medios Comunitarios: el reto de formar (se) para la inclusión*.

Para algunos autores, como Earle Herrera, la historia de los medios de comunicación de corte alternativo y comunitario data desde hace mucho tiempo aunque es hasta luego de 1.998 que Venezuela comienza a apoyar este tipo de iniciativas.

Según Herrera, antes del 98 el estado venezolano era indiferente ante este tipo de propuestas, panorama que ha cambiado con el transcurrir del tiempo, pues ahora los medios comunitarios han tomado parte importante en la escena comunicacional.

Lo novedoso de estos medios es que representan la realidad social de forma más cercana, ya que, al contrario de los medios comerciales tradicionales, la muestran desde una perspectiva vivencial y protagónica.

El término Comunicación Alternativa vuelve a surgir en nuestros días aunado al de Comunicación Comunitaria recobrando mayor fuerza y buscando destacarse en el ámbito de las informaciones y las comunicaciones.

Luego de todo este tiempo, los medios comunitarios venezolanos muestran actualmente una nueva faceta, y pese a que todavía es tarea importante la realización de un análisis de contenido detallado acerca de las informaciones que se presentan por las diversas modalidades y un monitoreo radioeléctrico, han tenido buena aceptación en la sociedad.

Es labor de los investigadores en esta área de estudiar y analizar la adhesión de los medios comunitarios a la política comunicacional del gobierno (bastante notorio según Raisa Urribarri).

Un informe de seguimiento del Plan de Acción Québec (2005) advierte sobre el riesgo que conlleva la parcialización de estos medios ya que “contribuyen con la profundización de la intolerancia política”.

Urribarri sostiene que la ausencia de un diagnóstico exhaustivo sobre el análisis de contenido y el monitoreo radioeléctrico impide afirmar la adhesión de los medios comunitarios a la política del gobierno.

Urribarri también asevera que se supone de la existencia de dificultades que tienen los medios radioeléctricos para mantener su autonomía y actitud crítica, y más si dependen de la habilitación de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) para operar la frecuencia del espectro, y en la mayoría de los casos, dependientes también del financiamiento estatal.

El Investigador Alfonso Gumucio dice, “el financiamiento oficial ha sido siempre una limitante para la existencia de los medios comunitarios realmente autónomos, pues en ocasiones, cuando el Estado proporciona el apoyo también condiciona los contenidos y ejerce una censura velada o abierta. Lo ideal es que ellos recojan el palpito de la comunidad, el pulso de la vida cotidiana y no que operen como un púlpito, estableciendo una prédica unilateral”.

Algunos investigadores piensan que los medios comunitarios venezolanos deberían aprovechar el espacio vacío, la tierra de nadie no abonada adecuadamente, y constituirse en verdaderos medios de servicio público.

En un texto titulado *Las redes de comunicación popular en Venezuela ¿populares? ¿alternativas? ¿comunitarias?*, Alva Cristóbal (2004) señala la necesidad de profundizar los modos de tratamiento de los contenidos que permitan aproximarse más a las ricas valoraciones presentes en las culturas populares, orientación que se ha mantenido relegada por la guerra política que se vive hoy en día.

Estas reflexiones inducen a suponer a algunos investigadores que los medios comunitarios no están interpretando de forma idónea “los lenguajes, los formatos, el imaginario y la diversidad de los acentos populares”. El señalamiento anterior alerta sobre “la necesidad de superar una propuesta de comunicación alternativa que no supo abrirse”, apunta Urribarri.

Por otra parte, la autora también acota que no sólo los medios comunitarios tienen la tarea de superar la beligerancia política, de impulsar la inclusión y de reflejar al país desde la pluralidad de las voces que lo conforman, pues tanto los medios públicos como privados deben integrarse a esta labor, y así promover la democracia y la libertad informativa.

En Valera, en 1986 surgió un proyecto de comunicación popular llamado *Construyamos Juntos*, para ese entonces la vocería popular se hacía sentir con solidez.

Tal proyecto se inició con una publicación quincenal de cuatro páginas, orientadas a la vida comunitaria. Se dedicó a reseñar diferentes vivencias de los sectores, que de manera organizada buscaban mejorar sus condiciones de vida para ellos mismos y sus comunidades.

Construyamos Juntos no perseguía la idea de sólo cubrir la fuente comunitaria sino de crear un espacio propicio para la información y la organización popular, mediante un periódico hecho para las organizaciones y líderes comunitarios.

Este proyecto puntualizó varios elementos, que fácilmente pueden llevarse a la práctica en la actualidad para ejecutar un plan de este tipo:

- Dinámica comunicacional en la que los receptores fueran los mismos sujetos de la comunidad.
- Comunidad organizada.
- Individuos involucrados con el medio informativo, ya no como espectadores sino como protagonistas de este.
- Espacios en los que la gente escriba sus propias historias y problemas que le afecten.
- Sugerencia de soluciones emanadas desde la misma comunidad.
- Decodificar la realidad con el fin de develar lo oculto en la comunidad.

Tras cinco años de trabajo, el proyecto logró extenderse a otras ciudades, y con el objetivo de capacitar grupos para la comunicación alternativa se creó la Red Nacional de Comunicadores y la Escuela Andina de Comunicadores Populares “Mario Kaplún”.

Pese al éxito que tuvo *Construyamos Juntos* fue perdiendo solidez debido a factores económicos, y es al comienzo de la década de los 90 que comienza su declive hasta desaparecer completamente.

Las Organizaciones no gubernamentales locales y grupos comunitarios que se encargaban del sustento económico del proyecto comenzaron a participar en la ejecución de otros programas sociales convenidos por el Estado y a volcar su

trabajo en estas propuestas, decayendo así los programas emanados desde el seno de las comunidades.

Para el autor José Ramos (2006) el objetivo de los medios comunitarios debe estar orientado a extender los puntos de vista, a superar las contradicciones y a fomentar la construcción de ciudadanía, vista esta como el ejercicio de una política cotidiana que se mueve en diversos ejes de la esfera social.

La investigadora Clemencia Rodríguez aboga por la denominación de “medios ciudadanos”, en lugar de comunitarios. Pues según Rodríguez, con esta denominación se hace énfasis en la capacidad de generar nuevas maneras de participar en los asuntos públicos y de propiciar su desarrollo.

Siguiendo esta línea de pensamiento, Ramírez, Martínez y otros (2005) afirman, “la comunicación ciudadana salta sobre el muro comunitario y desarrolla una acción política dirigida a promover la interrelación de los grupos sociales para la transformación de las instituciones”.

González y Rodríguez (2006) aseveran que los medios comunitarios deberían representar la “polivocalidad de una comunidad”, ya que están en la obligación de mostrar a los diversos actores sociales que interactúan, debaten y discuten con el fin de tomar decisiones.

DESARROLLO COMUNAL EN VENEZUELA

En Venezuela, el desarrollo de la comunidad ha tenido características sociales, económicas y políticas diferentes a las de otros países latinoamericanos como consecuencia del desarrollo petrolero que generó grandes migraciones dentro del territorio nacional en la década de los 70.

Para ese entonces, las diferentes administraciones del estado venezolano no usaron estrategias propicias para el desarrollo de la integración comunal debido a los diversos enfoques políticos que transitaron en las gestiones del gobierno del estado.

Los sectores públicos y privados del país crearon en el pasado programas de desarrollo comunal con el fin de establecer acciones precisas con objetivos comunes que hicieron que las comunidades se agruparan y así lograr la unificación de criterios, el intercambio de experiencias y la incursión en áreas que se hallaban desatendidas.

En la actualidad, se ha producido un cambio en la concepción del desarrollo de las comunidades, considerándolo como un proceso que genera el cambio social y económico para la colectividad.

Este cambio se ha evidenciado en los últimos tiempos con la creación de instrumentos legales que benefician a las comunidades, tales como la Ley de los Consejos Comunales.

Esta Ley tiene por objeto crear, desarrollar y regular la conformación, integración y funcionamiento de los consejos comunales, así como su relación con

los órganos del Estado para la formulación, ejecución, control y evaluación de las políticas públicas.

Aunque la Ley resulta beneficiosa para la organización y administración de las comunidades, es necesario que quienes la integran cumplan las siguientes fases que le permitirán alcanzar una política de desarrollo comunal efectiva:

- Investigación y análisis de las condiciones generales de la comunidad.
- Determinación de las carencias.
- Formulación de un orden de prioridades para solucionar sus problemas.
- Evaluación de los recursos de la comunidad y adopción de un plan de acción para la solución de problemas.
- Programación de actividades a cumplir.
- Evaluación de los resultados.

Para una mejor implementación de la política de desarrollo comunal es importante el establecimiento de un sistema de comunicación e información recíproco entre las instituciones que la conforman y la misma comunidad.

Aplicación de la política de desarrollo comunal

Según Gabriel López (1977), la base de todo programa de desarrollo comunal es la comunidad organizada. Es a través de este primer paso que se logra la planificación y la acción, identificando los problemas comunitarios y conociendo las necesidades de la misma comunidad. Asimismo, se puntualizan las distintas estrategias y técnicas destinadas a resolver tales problemas, en orden de importancia para el colectivo.

El segundo paso es lograr la participación de la comunidad. Para ello, se debe fomentar el desarrollo de la capacidad del grupo para trabajar de forma colectiva. Cuando la comunidad haya puntualizado en orden de prioridades cada una de sus necesidades y problemas, consultando la experiencia de personas o grupos alejados a ella, estará lista para poner en marcha la ejecución de los planes.

La puesta en marcha dependerá de los recursos locales y de aquellos recibidos de instituciones y/o organizaciones interesadas en la mejora de la calidad de vida de la comunidad.

Según Bonilla-Molina, L. y otros (2005), estos pasos pueden resumirse en un diagnóstico participativo, el cual sirve para:

- Conocer el lugar donde se vive.
- Establecer las prioridades con criterio racional.
- Construir un “nosotros” territorial.
- Hacer que la comunidad tome conciencia de los diversos aspectos relacionados con los problemas que la aquejan.
- Proporcionar espacios concretos para la organización y la participación de diferentes grupos comunitarios.
- Ofrecer una base para la elaboración de un plan único de trabajo dirigido a la solución de los problemas comunitarios.
- Recolectar datos que puedan proporcionar una base para el sistema de seguimiento, control y evaluación.
- Contribuir a desarrollar el poder popular.
- Elevar la autoestima colectiva.

Hay casos en los que la comunidad aplica la política de desarrollo comunal pero de igual forma la sigue persiguiendo un nuevo problema que no le permite llevar a cabo sus proyectos comunitarios. El problema se refiere al desajuste entre la realidad socioeconómica que tiene la comunidad y aquella realidad que esta pretende tener.

Hoy en día, según Bonilla- Molina y otros (2005), la comunidad le puede hacer frente a este desajuste socioeconómico, ya que existen componentes ajenos a la comunidad que pueden ser empleados para su beneficio, como los programas sociales del gobierno, los planes de financiamiento popular nacional, regional o municipal, (Foncrei, Banco del Pueblo, Banco de la Mujer, Fondemi, cajas de ahorro, bancos cooperativos, fondos de crédito regional), entre otros, que le permite llevar a cabo sus proyectos comunitarios.

“Apoyarse en las propias fuerzas colectivas y la experiencia acumulada contribuye a elevar la conciencia ciudadana, y con ella, a elevar la confianza comunitaria en sus propias capacidades y potencialidades, es decir, la elevación de la autoestima colectiva”, según el texto de Bonilla- Molina y otros (2005).

PERIODISMO Y COMUNIDAD

De la necesidad de tener ámbitos comunicativos que activen la participación ciudadana han emanado diversas formas de hacer Periodismo, y hoy por hoy se han convertido en herramientas sólidas que se fundamentan en lo público, en lo social. Un reflejo claro de ellas es el Periodismo Cívico, por ilustrar alguna.

Una de las premisas del Periodismo cívico es que la democracia requiere de debate público y que para ello la ciudadanía debe involucrarse en la vida de sus comunidades. El autor Edmund Lambeth (1998) habla de un “*new community journalism*”, alegando que entre las misiones de este se encuentra poner la mirada en las comunidades, así como en sus intereses y necesidades, ya que la participación comunitaria se ha visto erosionada.

“La información debe fundarse en una preocupación deliberada por las necesidades y los intereses de la comunidad. Comprender a las comunidades permitirá que los futuros profesionales de los medios sean participantes y no sólo meros observadores para preservar los valores del periodismo como servicio público frente a las presiones competitivas que buscan mercantilizar las noticias”, afirma Lamberth.

Por su parte, Lambeth señala como rasgos fundamentales del Periodismo Cívico los siguientes:

1. Escucha las historias e ideas de los ciudadanos, y a la vez, mantiene la libertad para seleccionar cuáles historias merecen verdadera atención.

2. Examina formas alternativas de enmarcar tales historias, partiendo de los temas que cobran relevancia para la comunidad.
3. En cuanto a la presentación de estos temas, selecciona los enfoques que ofrezcan oportunidades de estimular la deliberación ciudadana y la comprensión del público.
4. Toma la iniciativa de informar los problemas públicos y sus posibles soluciones.
5. Se preocupa por mantener relaciones comunicativas efectivas, creíbles y de buena calidad con el público.

Asimismo, algunos autores afirman que el Periodismo Cívico se puede definir como un periodismo creado para la motivación ciudadana, para inmiscuirlo en la vida democrática.

En el texto *Los teóricos del Periodismo Cívico*, de Carlos Álvarez Teijeiro, se señala que a pesar de que existe una estrecha relación entre la democracia y los medios de información social, tal relación “ha sido casi siempre pobremente entendida e insuficientemente utilizada”.

De igual forma el autor destaca que “el periodismo y la política no pueden ser pensados como dos ámbitos de actividad diferentes, o por decirlo de otro modo, cada concepción acerca de la actividad política es, simultáneamente, una concepción del periodismo, y cada concepción del periodismo es también una concepción de la política. Es decir, que lo que entendemos por democracia depende, en gran medida, de las formas de comunicación que la hacen posible, y lo que entendemos por periodismo depende de los impulsos y aspiraciones de la política democrática”.

El debate público va más allá de la política, pues incluye todas aquellas actividades en las cuales las personas tratan de conseguir objetivos comunes, así como la solución a sus problemas comunes.

Y es que la relación entre los gobiernos y la ciudadanía se ha fracturado producto de la forma habitual que se usa para la presentación mediática de los temas de significación social, forma que hace énfasis en posturas extremas promoviendo el desinterés en la gente y a su vez truncando el debate.

“Esta profunda desconexión entre los intereses del público y los intereses del gobierno, o de la clase política profesional, también está afectando a los profesionales de la comunicación, y esto hasta el punto de que cada vez es mayor la distancia que existe entre los valores del público y los valores de los periodistas. También el periodismo está en crisis, y no es casual que hayan acontecido de manera simultánea el declive en el prestigio profesional de los periodistas y el deterioro de la vida pública”, según Álvarez Teijeiro.

Álvarez también señala las consecuencias, en sus palabras “desalentadoras”, del tratamiento periodístico tradicional. Estas son:

- ◆ Aumentó la desconexión entre los periodistas y los ciudadanos.
- ◆ Pérdida de la posibilidad de que el periodismo fungiera como una fuerza alentadora que condujera a la gente a una mayor participación.
- ◆ Consolidación de la premisa de que la vida política y la vida cotidiana del ciudadano común no guardan relación alguna.
- ◆ Se alienta a los políticos a continuar actuando como siempre lo han hecho.

Ahora bien, los medios comunitarios se han constituido como un modo de llenar ese vacío existente en los sectores y distintos grupos de la sociedad debido a la precaria participación de estos en la vida pública.

La comunidad debe ser siempre el punto de partida de todo proyecto de corte comunitario, puesto que ella es la base sobre la cual se definen sus necesidades y se determinan las estrategias que se ejecutarán para la ejecución del proyecto.

Julio Benavides Campos apunta, “mucha gente quiere que el canal comunitario sea algo así como el canal nacional pero chiquito. O sea, quieren repetir a veces los mismos esquemas”.

Ya constituidos los medios comunitarios resta dedicarse al análisis de los contenidos que se transmiten por las diferentes modalidades, radio, prensa, y a su regulación. Sólo así podrá debatirse lo que realmente son los medios comunitarios y cual es su tarea en el ámbito local.

CAPÍTULO II:

MARCO CONCEPTUAL

Para la elaboración del presente trabajo de investigación, fue necesario el uso de algunos conceptos específicos referentes al ámbito periodístico (periodismo social y comunitario) y comunicacional los cuales se presentan a continuación:

Bienestar Social: describe los métodos organizados, destinados a satisfacer necesidades. Debe ser orientado a que cada persona disponga de los medios que le permiten satisfacer sus necesidades mediante una estructura comunitaria donde cada miembro dé ayuda al otro para que alcance sus metas individuales y colectivas.

Boletín: publicación de pequeño formato que es editada por las instituciones con fines informativos para el público interno o bien para ser enviado a los medios de comunicación social. Su fin es incentivar el sentido de pertenencia a la organización.

Circulación: término que indica el número de lectores de un medio impreso. Se calcula multiplicando el número de ejemplares vendidos en cada edición por el factor de lectoría. Este factor se establece a base del promedio de los miembros alfabetos de cada país. En Venezuela, el factor de lectoría establecido para los diarios está entre 4 y 5, mientras que para los semanales y quincenales es 7, por cuanto se estima que un mismo ejemplar de una revista, por ejemplo, es leído por

otras personas, además de los miembros de la familia. Con el término “circulación” también se designa el alcance geográfico de una publicación, es decir, puede tener circulación local, regional, nacional o internacional.

Comunicación alternativa: es una teoría que comenzó a formarse en varios países, sobre todo en América Latina, que intenta cambios profundos en las estructuras, funcionamiento y objetivos de los medios masivos, con el objeto de transformar la comunicación social en un proceso igualitario, participativo y socialmente significativo. Este término se opone al de comunicación social con objetivos que trascienden lo netamente comunicacional y tiene, como su último fin, la búsqueda de nuevas formas de relaciones sociales.

Comunicación Comunitaria: se define así al proceso de intercambio y organización que se da dentro de las comunidades con el fin de fortalecer y organizar a las mismas por medio de la satisfacción de sus necesidades y el refuerzo de sus valores de solidaridad y participación.

Comunicación ciudadana: es un concepto que extiende la definición de comunicación. Se trata de todos los medios que permiten generar procesos democráticos y propiciar nuevas visiones sobre la ciudad. La comunicación ciudadana es elemento fundamental para concebir estrategias de acción política y social.

Comunicado: se denomina así a los textos elaborados por las oficinas de prensa o de relaciones públicas de los organismos públicos y privados, con la intención de dar a conocer determinadas informaciones, opiniones, aclaratorias o desmentidos. En todos los casos este contenido se considera de interés para la opinión pública.

Comunidad: unidades sociales con ciertas características especiales que le dan una organización a un área determinada. Grupos de personas que se encuentran sometidas a un proceso de interacción constante y a las mismas normas para regir algún aspecto de su vida.

Cultura: todo aquello que el hombre ha ido creando en todos los campos de sus actividad, todo aquello que la naturaleza no le ha dado al hombre (definición antropológica). (2) Complejo que incluye conocimientos, arte, creencias, ley, costumbre, moral y cualquier otra capacidad o hábito adquirido por el hombre como miembro de la sociedad.

Cultura de la información: es el resultado del volumen actual de información que circula a nuestro alrededor y el gradual desarrollo que han alcanzado las tecnologías de la información. La habilidad de los individuos o grupos de hacer el mejor uso posible de la información.

Cultura Popular: en la sociología latinoamericana, se percibe como los contenidos creados por los estratos populares dominados para satisfacer las necesidades reales de sus miembros en su experiencia social y natural inmediata. También se define como el resultado de la interacción directa de sus productores y usufructuadores, sin intermediarios, lo que genera relaciones de solidaridad.

Derecho a la información: se concibe como un derecho individual y social de los grupos humanos a recibir información oportuna y amplia sobre los acontecimientos que los atañen.

Desarrollo Comunal: se entiende como tal al proceso por el cual el mismo pueblo participa en la planificación y realización de programas que van destinados a elevar el nivel de vida del mismo.

Desinformación: fenómeno que se manifiesta en el público cuando los procesos informativos son incompletos o no existen sobre hechos importantes y que de alguna manera atañen a los receptores. Esta también se da cuando existe una abundante información sobre un acontecimiento pero la misma es ofrecida en forma parcial, tendenciosa, contradictoria o confusa. Estos procesos pueden generarse por un deficiente manejo de la información o por ser el resultado de la manipulación de las fuentes o de los medios con el fin de impedir que el público perciba claramente el seguimiento de los hechos.

Edición: en periodismo, específicamente en los medios impresos, bajo este término se comprende a un nuevo número del periódico, ya sea diario o revista, matutino o vespertino.

Editorial: género perteneciente al periodismo de opinión en el cual el medio de información fija sus posiciones sobre acontecimientos importantes de la actualidad. Por lo general, no lleva firma, pues se identifica con la postura de la empresa periodística.

Encuesta periodística: género perteneciente al periodismo informativo que tiene como objetivo reflejar la opinión pública de un grupo de personas.

Entrevista: método de investigación que utilizan las ciencias sociales. En el periodismo, como método indagatorio, la entrevista genera cerca del 80% de las informaciones que se publican, ya que las noticias y las opiniones provienen de

fuentes vivas. (2) Género periodístico en el cual está presente el diálogo explícito o implícito con la fuente, como técnica redaccional más importante. Los datos arrojados en la entrevista son útiles para cualquier género periodístico.

Formato: designa el tamaño y la forma de un impreso. Comprende el ancho y el alto de las páginas de un diario o de una revista, como también la compaginación interna, la división por columnas y la estructura de los pliegos del impreso.

Información: datos, acontecimientos, conocimientos, conocimientos primarios y noticias que permiten reducir la incertidumbre, tener mejor conocimiento sobre las causas y consecuencias de los hechos, con la finalidad de propiciar la toma de decisiones y permitir la organización y participación social en la búsqueda de soluciones.

Línea informativa: conjunto de normas que rigen el funcionamiento informativo de un medio de información. Hace referencia a las decisiones tomadas por los editores o dueños del medio en cuanto al tratamiento informativo, el área de cobertura de la actualidad, la forma de elaborar, presentar y jerarquizar las informaciones, el estilo redaccional y el modo de ilustración de la publicación.

Medio: en comunicación, se denomina así a todo soporte que hace posible el envío y la recepción de un mensaje, es decir, aquello que media entre el emisor y el receptor. También puede ser considerado el CANAL a través del cual se percibe el mensaje.

Medio Comunitario: son aquellos medios de información que se caracterizan por un alto grado de horizontalidad, apertura y posibilidades de participación. Son medios cuyo principal objetivo es la expresión de la comunidad más que el lucro.

Mensual: indica la publicación que aparece una vez al mes. También se le denomina *mensuario*.

Número: en periodismo impreso, la enumeración de los periódicos, indica la cantidad de veces que la publicación ha sido editada desde su aparición o desde una fecha determinada.

Opinión pública: se puede definir como la suma de una serie de opiniones individuales coincidentes de un grupo social sobre una cuestión de interés en un momento determinado, en la mayoría de los casos, producto de la información presentada por los medios de información.

Periódico: se designa con este concepto a toda publicación que tiene una periodicidad en su salida, menor de un año, de duración indefinida. En tal sentido, todos los diarios, semanarios o mensuarios son considerados periódicos. Sin embargo, esta denominación suele usarse para nombrar a las publicaciones no diarias.

Periodicidad: en prensa, frecuencia temporal de aparición de un medio impreso. Se mide en días, semanas o meses.

Periodismo Social: es un periodismo que asume su responsabilidad en los procesos sociales, que reflexiona sobre su papel en el devenir social y se preocupa por la búsqueda de soluciones, se propone la articulación del eje social con los temas de la política y la economía en la agenda de los medios de comunicación. Su principal instrumento para enfrentar la crisis es profundizar su labor periodística: sumar nuevas fuentes, brindar más servicio, ampliar su concepto de "realidad".

Política Editorial: conjunto de postulados de carácter ideológico, político y social que rigen la actuación y los procedimientos de un medio de comunicación social en su relación con los poderes instituidos y la sociedad en su totalidad.

Prensa: término que designa al conjunto de publicaciones periódicas que se editan en una localidad, país o época determinada.

Problema social: es el desajuste entre la realidad socio- económica y la forma en que se requiere que sean o funcionen las realizadas.

Promoción: acto o campaña destinado a proyectar una imagen favorable de una persona, institución, órgano, servicio o producto a través de los medios masivos. En el periodismo, se trata de transformar al sujeto de la promoción en objeto de interés público.

Subinformación: indica la carencia de información en una sociedad. Se puede generar por las características de la información o por el escaso alcance de los medios de comunicación.

CAPÍTULO III:

MARCO METODOLÓGICO

Proceso Metodológico:

1.- El Método

Para la elaboración y coordinación del presente trabajo se seleccionó el método cualitativo de investigación, por la necesidad de conocer la percepción que tienen los habitantes de la comunidad de La Miel sobre la calidad de la información y comunicación que poseen. Además, se recurrió a este método por el requerimiento del Estudio en identificar más las cualidades que las cantidades o frecuencias que se presentan sobre el tema de estudio.

Según *Lamberto Vera Vélez (1999)*, La investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. La misma procura por lograr una descripción holística, esto es, que intenta analizar exhaustivamente, con sumo detalle, un asunto o actividad en particular. A diferencia de los estudios descriptivos, correlacionales o experimentales, más que determinar la relación de causa y efectos entre dos o más variables, la investigación cualitativa se interesa más en saber cómo se da la dinámica o cómo ocurre el proceso en que se da el asunto o problema. La investigación cualitativa en este caso, se fundamentó en la observación, inducción, verificación y evaluación; y el método empleado fue el etnográfico.

El método etnográfico de investigación, el cual consiste en la recolección de datos en el terreno y teniendo como informantes a los integrantes de una

comunidad dada, se basó en el registro de los datos a través de la observación directa, así como la utilización de encuestas, lo que permitió un mejor estudio comparativo de la muestra poblacional de La Miel en relación a la percepción que estos poseen sobre el tema.

Además, el método etnográfico posibilitó realizar la observación detallada del grupo poblacional lo que permitió un acercamiento al mismo y la detección de las fallas informativas y organizativas de la población, las cuales resultaban fundamentales para la presente investigación.

2.- Muestra

Para poder hablar de “muestra” es necesario aclarar lo que es el concepto de población. Según la teoría mencionada por Hernández, R (1997) “la población es un conjunto de elementos previamente delimitado por los objetivos de la investigación, donde se definen los subconjuntos para establecer las muestras a estudiar en el problema”. De esta Teoría se busca tomar una población de estudio que facilite el desarrollo de la propuesta del medio impreso que se plantea en este trabajo.

En cuanto a la muestra, Hernández la define como “un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”. En realidad, pocas veces el investigador puede estudiar a la población en su totalidad razón por la cual se selecciona una muestra con la que se pretende reflejar con fidelidad el conjunto total de la población.

En este caso, la muestra del estudio estuvo conformada por 400 personas, seleccionada de forma aleatoria, dividiendo las unidades de análisis por sectores del poblado, ya que la población de La Miel está conformada por 20 sectores.

Características de la población de estudio

La población estudiada para el análisis de la problemática está enmarcada por la población de La Miel, sector en base al cual se realiza la propuesta.

Este poblado larense está conformado por 8 mil habitantes aproximadamente, de los cuales el 58,8% es población masculina y 42,2% población femenina. Según datos aportados por Jorge Zabala, funcionario público de la Alcaldía de Simón Planas, se pudo conocer que la población mielense es alfabeta en su totalidad y un 78,9% de sus habitantes cuenta con estudios secundarios completos (bachillerato).

En cuanto a educación, los residentes de La Miel disponen de La Unidad Nacional “Atures” como única institución educativa en la zona. Esta unidad educativa ofrece estudios primarios, secundarios y diversificados a los pobladores. Sin embargo, los mielenses cuentan con otros centros educativos como los ubicados en Sarare, capital del Municipio.

Por otra parte, se encontró que las principales fuentes de empleo de la zona son las siguientes:

- ❖ Destilerías Unidas, empresa licorera considerada como la principal fuente de empleo de la región. Esta compañía cuenta con una nómina de 600 trabajadores del Municipio Simón Planas (entre Sarare y La Miel).
- ❖ Demaseca, procesadora de alimentos, que posee una nómina de aproximadamente 500 trabajadores del Municipio.

- ❖ Sub estación eléctrica del sector, con una nómina de 65 trabajadores de la zona de estudio.
- ❖ Tomaca, empresa de transporte público en la que laboran 153 personas y menos 100 residen en La Miel.
- ❖ Alcaldía Simón Planas, ubicada en la capital del Municipio, Sarare, en la cual las plazas de empleo son menores pero de igual forma cuentan con una nómina de trabajadores provenientes de La Miel.

Todas las empresas mencionadas anteriormente, a excepción de la Alcaldía de Simón Planas, están ubicadas en La Miel, capital de la Parroquia Gustavo Vegas León. Cabe destacar que en el caso de Destilerías Unidas y Tomaca, los puestos de trabajo sólo están destinados a la población masculina.

Es importante señalar que el trabajo doméstico es una de las actividades económicas más practicadas por la población femenina de La Miel, esta fuente de empleo suele ubicarse en la ciudad de Barquisimeto más que en el mismo poblado.

De los habitantes se estudió una muestra de 400 individuos, lo que representa un 5% de la población total, contando con habitantes de los siguientes sectores que conforman el poblado:

- Caja de Agua
- El Cerrito
- San Pedrito
- Caballito
- El Cacao
- Revolucionarios Unidos, 8 de Abril

- Pueblo Abajo La Miel
- Agricultores Revolucionarios Torrellero 1
- Todos Unidos Brisas y Vencedores
- Boca de Monte
- El Motor
- Tierra Amarilla
- Sabana Alta
- La Pradera Tierra Amarilla
- San Rafael Arcángel
- Antonio José de Sucre
- La Mora
- Ezequiel Zamora
- El Jabillo
- Alí Primera Cementerio La Miel

3.- Técnicas de recolección de datos:

- ❖ **Entrevistas de personalidad:** Con este tipo de entrevista se trata de conocer la opinión de la población sobre una determinada problemática social. Según Villasante (2000), consiste en una entrevista abierta semiestructurada por temas, que no necesariamente han de seguir una secuencia previamente fijada. La secuencia se encuentra condicionada por las respuestas de la persona entrevistada. Las preguntas se formulan siguiendo los enunciados de los objetivos específicos del estudio (cómo, dónde, quién, por qué, para qué, cuántos, cuál, etc.) para que, al contrario de lo que acontece con las preguntas formuladas mediante cuestionario cerrado y precodificado, pueda propiciarse el flujo discursivo de la persona entrevistada. Para contactar este tipo de entrevista se informa de la investigación que se está realizando. Esta técnica o herramienta sirvió para conocer los testimonios de las personas que llevaron a cabo proyectos similares al que se expone en este trabajo, así como los puntos vista de aquellas personas que resultan claves en cuanto al desarrollo económico, político y social del poblado en estudio. De igual forma este instrumento se empleó para conocer las impresiones de la única vendedora de periódicos en la zona.
- ❖ **Encuestas:** esta herramienta de recolección de datos fue usada para analizar a la población y su opinión en cuanto a la necesidad de un medio de comunicación comunitario impreso en La Miel. Esta herramienta fue empleada en 2 fases de la investigación: la primera (de 5 preguntas), para

sondear el nivel de información que poseen los habitantes (muestras) de cada uno de los sectores que conforman el poblado, y la segunda (4 preguntas), para determinar la necesidad de un medio impreso que cubriera la carencia informativa de la población.

❖ **Cuestionario:** es un procedimiento de investigación que se realiza mediante una entrevista altamente estructurada y que consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. Esta herramienta que permite reunir información sobre grupos numerosos en poco tiempo, fue empleada para determinar las características informativas y estructurales de El Panal. Este instrumento fue diseñado con 4 preguntas cerradas que permitieran obtener resultados concisos.

❖ **Observación:** Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos (Hernández, 1997).

Es importante destacar que a la muestra seleccionada de forma aleatoria (400 personas), se le aplicaron tanto las encuestas como el cuestionario.

En el caso del estudio de la población de La Miel la **observación** fue:

❖ **Directa:** porque se pudo estar en contacto directo con la población, sus medios de información y constatar su nivel informativo.

❖ **De campo:** porque se realizó en el Poblado de La Miel, lugar del cual se seleccionó la muestra poblacional y se constató la desinformación de sus habitantes.

❖ **De equipo:** la observación es considerada de equipo ya que se realizó entre dos personas, quienes observaban y registraban los hechos observados constatándolos por medio de los instrumentos de recolección de datos, como la entrevista y la encuesta, que también fueron empleados en la investigación.

Los instrumentos de recolección de datos fueron validados por la investigadora y educadora de la Universidad Central de Venezuela (Núcleo Barquisimeto), Corteza Carrizalez y por el Profesor Universitario y Editor de Diarios, Carlos Jiménez.

CAPÍTULO V:

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Una vez obtenidos los datos de las entrevistas, encuestas, cuestionarios y observación, en una primera etapa se procedió a analizarlos de forma cualitativa e individual, lo que permitió en una segunda etapa realizar la comparación y cruce de la información obtenida con el fin de identificar los factores que de forma directa influyen negativamente en la dinámica comunicacional de la población.

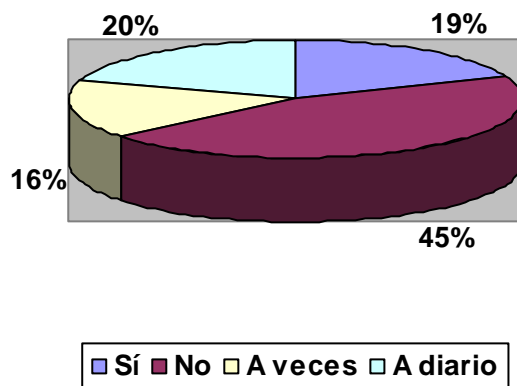
Este procedimiento permitió determinar no sólo la necesidad de crear un medio impreso de corte comunitario, sino las características que éste debe presentar de acuerdo a la dinámica comunicacional de los habitantes de la Miel, Parroquia Gustavo Vegas León, adscrita al Municipio Simón Planas, del Estado Lara.

PRIMERA ETAPA DEL ANÁLISIS DE RESULTADOS

En la primera etapa del análisis de los datos, los mismos presentaron los siguientes resultados:

Instrumento de Prueba: Encuesta N° 1

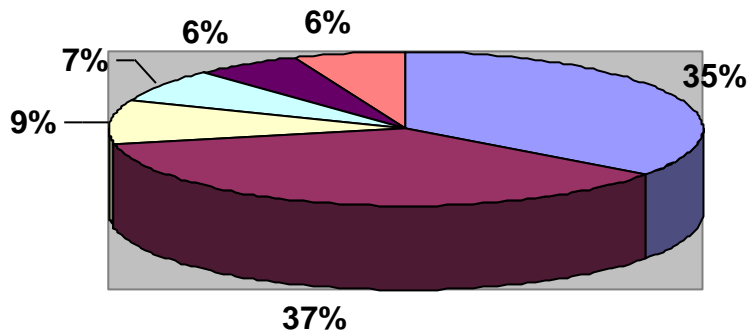
1.- ¿Consultas algún medio de información (impreso o audiovisual) con frecuencia?



En cuanto a la consulta de algún medio de información, la muestra manifestó que un 19% sí consulta, un 20% aseguró consultar a diario algún medio, un 16% consulta algún medio ocasionalmente y un 45% expresó no consultar ninguno.

Este resultado condujo a la investigación a determinar la poca consulta de los medios de información por parte de la muestra, debido a la ausencia de noticias referentes a la comunidad mielense.

2.- ¿Qué medio de información consultas con mayor frecuencia?



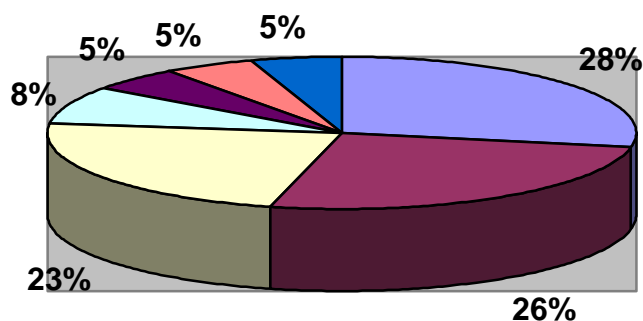
Las respuestas a esta interrogantes determinaron que los medios más leídos por la muestra son el Informador y el Impulso (ambos diarios provenientes de la ciudad de Barquisimeto), seguidos de Última hora (diario editado en Acarigua, Estado Portuguesa), Líder y Meridiano (Diarios deportivos) y El Nacional (estos tres últimos provenientes de Caracas).

Durante la investigación se determinó que una de las principales razones por las que los diarios El Informador y El Impulso son los más leídos por la población es porque su número de ejemplares en venta es mayor, con respecto a los otros diarios, dentro de la localidad de La Miel.

Cabe destacar, que la población cuenta con tan sólo un punto de venta de periódicos, ubicado en la avenida principal del poblado, en el cual se distribuyen diariamente el siguiente número de ejemplares:

- ❖ El Impulso: 120 Ejemplares
- ❖ El informador: 120 Ejemplares
- ❖ Última hora: 30 Ejemplares
- ❖ Líder: 30 Ejemplares
- ❖ El Nacional: 10 Ejemplares
- ❖ Meridiano: 20 ejemplares

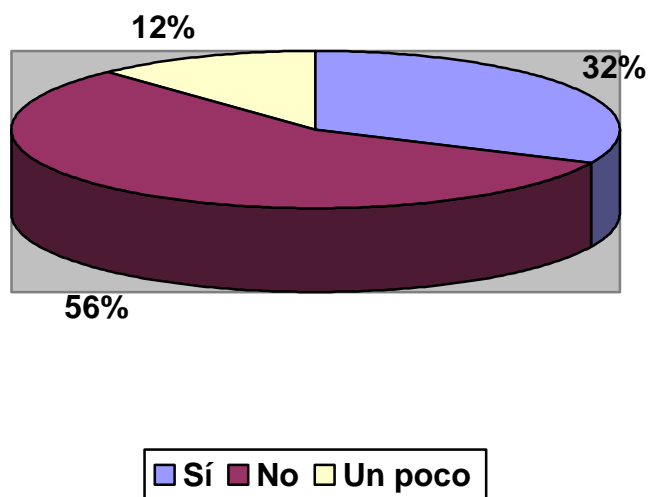
3.- ¿Qué tipo de informaciones te gusta leer, ver o escuchar?



La muestra manifestó que el tipo de informaciones que más les gusta leer son las deportivas, culturales y las de comunidad, principalmente, así como las de

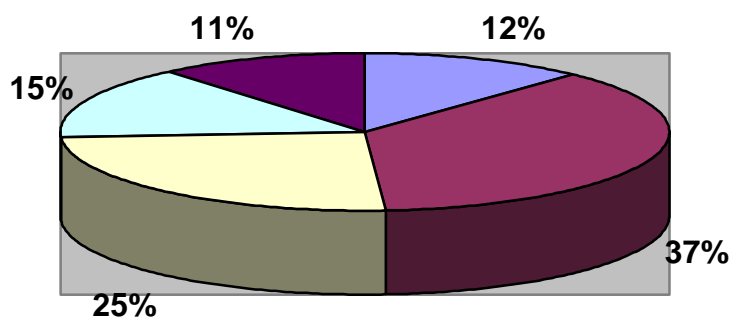
sucesos, política, sociales y salud. Estas últimas contaron con menos popularidad dentro de la muestra.

4.- ¿Consideras que estás realmente informado de los acontecimientos que se dan en tu comunidad?



En cuanto a los hechos y/ o acontecimientos que ocurren dentro de la comunidad la muestra manifestó, en 32% estar informada, un 12% aseguró estar informada sólo de algunos eventos, mientras que un 56% dijo no estar informada.

5.- En una escala del 1 al 10 (donde 1: muy malo, 2: malo, 3: Regular, 4: Bueno, 5: Muy Bueno) ¿Cómo calificarías tu nivel de información?



En cuanto al nivel de información de la muestra se pudo conocer que:

- ❖ Un 12% considera su nivel de información como “muy malo”.
- ❖ Un 37% considera que su nivel de información es “Malo”.
- ❖ Un 25% afirma que su nivel informativo es “Regular”.
- ❖ Un 15% piensa que su nivel informativo es “Bueno”.
- ❖ Un 11% expresa que su nivel de información es “Muy Bueno”

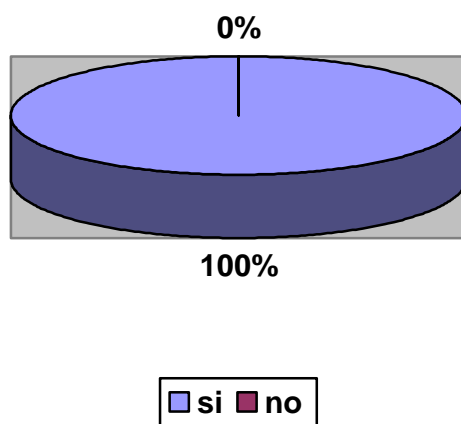
Conclusiones de la aplicación de la encuesta

Con la aplicación de la encuesta a la muestra se concluyó que:

- ❖ La consulta a los medios de información es escasa.
- ❖ Los medios de información impresos más leídos son El Informador y El Impulso.
- ❖ Las informaciones que más gustan a la muestra son las deportivas, culturales y las referentes a las comunidades.
- ❖ La mayoría de la muestra considera no estar informada de los principales acontecimientos suscitados en su comunidad.
- ❖ La mayoría considera que su nivel de información es malo, lo que demuestra que la población cuenta con un alto nivel de desinformación.

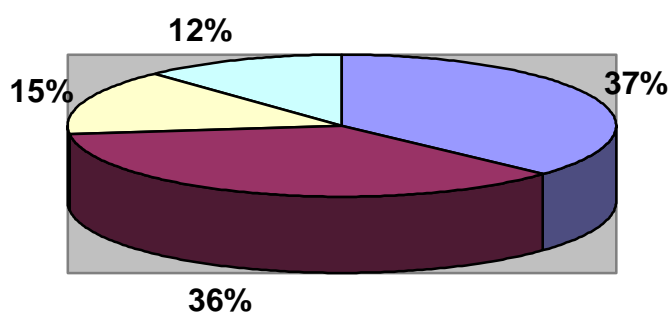
Instrumento de Prueba: Encuesta N° 2

1.- ¿Te gustaría que tu comunidad tuviera un periódico comunitario?



Esto evidencia la necesidad de un medio impreso en la localidad.

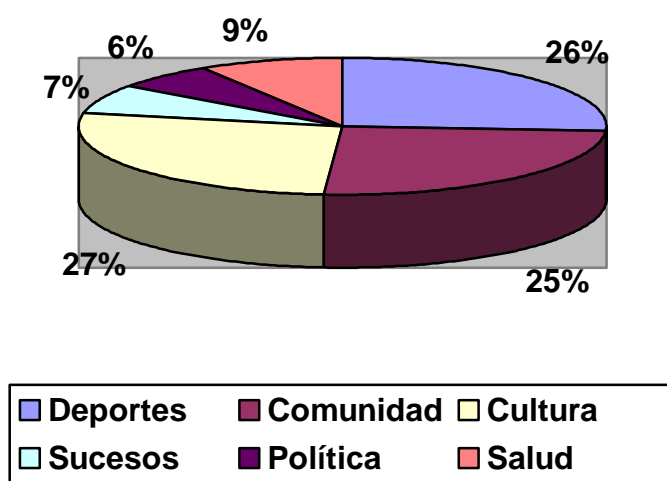
2.- ¿Por qué te gustaría que tu comunidad contara con un periódico comunitario?



- Para conocer el acontecer diario de la comunidad
- Suplir la carencia informativa
- Necesidad de tener un medio informativo en la región
- Enaltecer a los sectores excluidos de la comunidad

Las principales razones por las cuales la muestra manifestó querer contar con un periódico comunitario fueron: conocer el acontecer diario de la comunidad (37%) y suplir su carencia informativa (36%). Seguidas de la necesidad de tener un medio informativo en la región (15%) y enaltecer a los sectores excluidos de la comunidad.

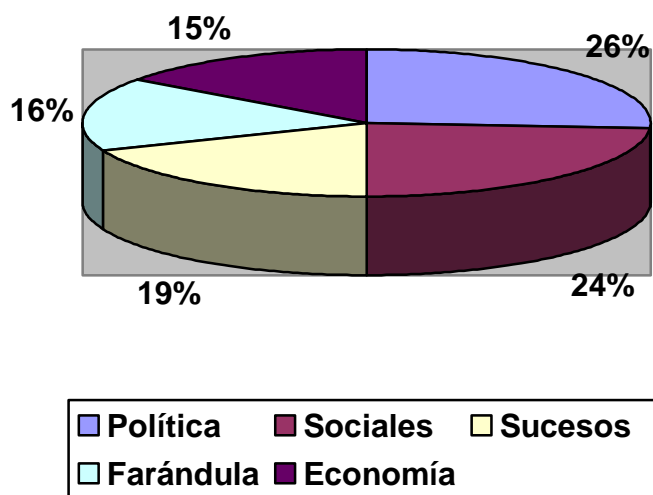
3.- ¿Qué tipo de informaciones te gustaría leer en un periódico comunitario?



Las informaciones que la muestra manifestó querer encontrar en el periódico de su comunidad son las siguientes:

- ❖ Deportes (26%)
- ❖ Cultura (27%)
- ❖ Comunidad (25%)
- ❖ Salud (9%)
- ❖ Sucesos (7%)
- ❖ Política (6%)

4.- ¿Qué tipo de informaciones no te gustaría leer?



Entre las informaciones que la muestra manifestó no querer leer en el medio de su comunidad son las siguientes:

- ❖ Política (26%)
- ❖ Sociales (24%)
- ❖ Sucesos (19%)
- ❖ Farándula (16%)
- ❖ Economía (15%)

Conclusiones de la aplicación de la encuesta

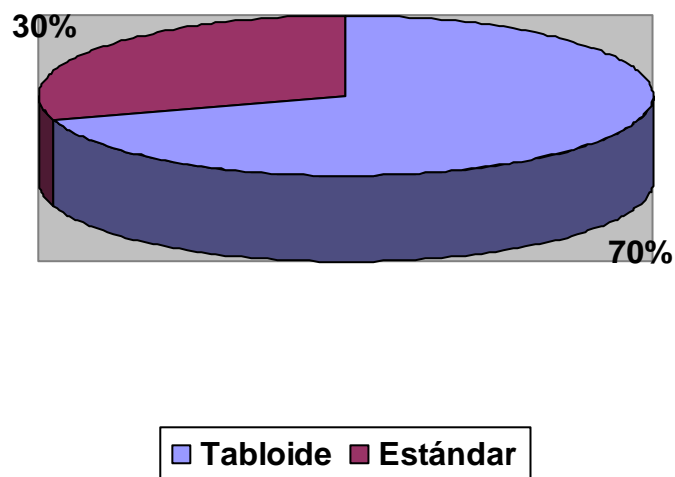
Con la aplicación de la encuesta a la muestra se concluyó que:

- ❖ La comunidad está de acuerdo con la creación de un medio impreso comunitario en el sector.
- ❖ Las razones por las cuales están de acuerdo con la creación del periódico comunitario se resumen en conocer su acontecer diario y suplir su carencia informativa.
- ❖ Las informaciones que les gustaría leer en el periódico son las deportivas, culturales y las referentes a comunidad.
- ❖ Las informaciones que no les gustaría leer son las políticas, las de sucesos y sociales. La muestra manifestó no querer leer las referentes a sucesos por el tratamiento amarillista que se le dan en los medios de información que llegan a La Miel.

Instrumento Final: Cuestionario N°1

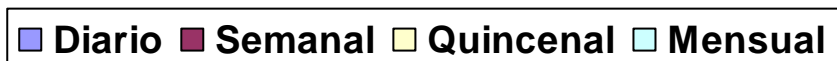
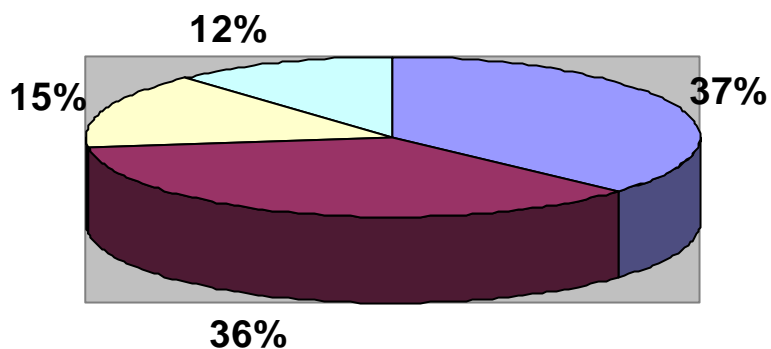
El instrumento final, cuestionario, fue aplicado con el fin de conocer los elementos que caracterizarán al medio impreso propuesto.

1.- De crearse un periódico comunitario en su población ¿Qué formato le gustaría que tuviera?



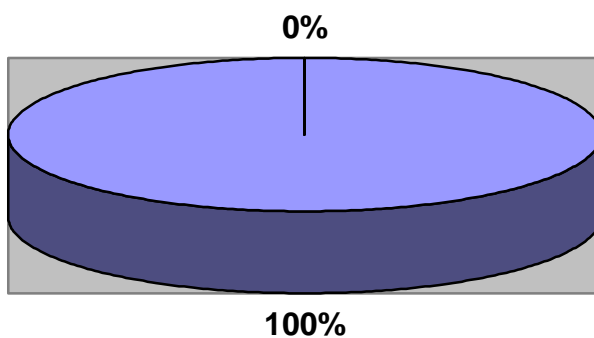
El 70% de la muestra coincide en que el formato del periódico debe ser tabloide, mientras el 30 % manifestó quererlo estándar.

2.- ¿Qué periodicidad cree ud. que debería tener ese periódico comunitario?



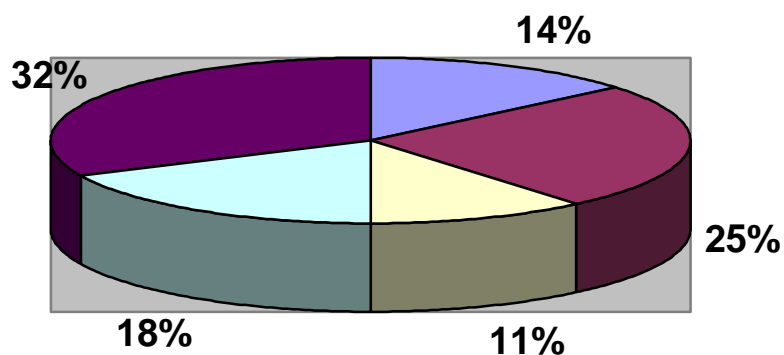
El 37 % de la muestra coincide en que la periodicidad debería ser diaria, el 36 % semanal, el 15% quincenal y el 12% restante mensual.

3.- ¿En qué horario le gustaría que circulara el periódico?



El 100 % de la muestra manifestó preferir el horario matutino para la circulación del periódico.

4.- ¿Te atraería alguna de estas secciones? Se puede seleccionar más de una opción.



■ Política ■ Comunidad ■ Salud ■ Cultura ■ Deporte

Las secciones que más le atraen a la muestra, en orden de preferencia, son las siguientes:

- ❖ Deportiva.
- ❖ Comunidad.
- ❖ Cultura.
- ❖ Política.
- ❖ Salud.

Conclusiones de la aplicación del cuestionario

Con la aplicación de la encuesta a la muestra se concluyó que:

- ❖ El periódico tendrá un formato tabloide, de acuerdo a la preferencia de la muestra, considerando que es el formato más cómodo y de fácil lectura.
- ❖ Asimismo, considera que su periodicidad debe ser diaria. Sin embargo, circulará mensualmente debido a la carencia de recursos económicos para costear la impresión del mismo.
- ❖ El horario de preferencia para la circulación del periódico es el matutino.
- ❖ Las secciones que más le atraen a la muestra son las de deporte, cultura y comunidad.

Entrevista y Observación

Para reforzar la investigación de campo, se hizo uso de la entrevista y la observación con el fin de obtener una serie de datos acerca de la variable “información”, que permitieron al compararlos con la información producto de las encuestas y el cuestionario, validar los resultados obtenidos.

La Entrevista

En este caso de investigación, se empleó la entrevista de personalidad, la cual fue estructurada por medio de preguntas abiertas y aplicada a un grupo de personas que han intervenido en la creación de medios similares al propuesto en este trabajo, así como a las personas que resultan importantes dentro del desarrollo social, político y económico de La Miel, quienes pudieran facilitar información acerca de los aportes económicos con los que se pudieran contar en el caso de concretar el proyecto.

Por otra parte, también se aplicó la entrevista a la única vendedora de periódicos del sector de estudio, con la intención de conocer su punto de vista y saber los resultados de venta, para luego comparar los mismos con los datos arrojados por la observación, las encuestas y el cuestionario, respectivamente.

Primera entrevista

La primera entrevista aplicada en el estudio se estructuró de la siguiente forma:

Nombre y apellido:

Cargo:

- 1.- ¿Cómo y en qué año surgió la idea de crear un periódico para la localidad?
- 2.- ¿Por qué surgió la idea?
- 3.- ¿Qué dificultades se presentaron para realizar el proyecto?
- 4.- ¿Qué tipo de circulación tenía y cuál era su tiraje?
- 5.- ¿Con que tipo de apoyo económico se contó para la creación del periódico?
- 6.- ¿Por qué no se le dio continuidad al periódico?
- 7.- ¿Cómo cree que debería conformarse un periódico comunitario actualmente?
- 8.- ¿Estaría dispuesto (a) a participar o colaborar en el caso que surgiera un nuevo proyecto de periódico comunitario en el Municipio?

Este modelo de entrevista se aplicó el día 10 de enero de 2008 a las siguientes personas:

- ❖ Aida Peralta, maestra jubilada de la Unidad Educativa Alcides Lozada de Sarare, y creadora de **Luz**, el primer periódico comunitario de Sarare, y **Aquí y Ahora**, periódico que precedió a **Luz**.
- ❖ Santiago Querales, educador y cronista de Sarare, fundador de los periódicos **El pregonero de Sarare** y **Rebelión**, ambos de corte comunitario.

Conclusiones de la aplicación de la entrevista

- ❖ Los intentos de crear medios sólo se han realizado en la Comunidad de Sarare.
- ❖ La falta de organización y de apoyo económico no han permitido la continuidad de los proyectos. Otra de las causas del fracaso de estos medios se debió a la falta de constancia del tiraje de los mismos ya que, a pesar de ser mensuarios, los mismo no se publicaban mensualmente.
- ❖ Todas las propuestas surgen como proyectos “entre amigos” y no basadas en estudios de investigación que reflejen si la población realmente necesita de un medio informativo.
- ❖ El 100% de los periódicos han sido mensuarios.
- ❖ Los entrevistados expresaron estar dispuestos a colaborar con iniciativas similares a las de ellos en la actualidad.
- ❖ Los entrevistados consideran que el apoyo gubernamental y de las empresas privadas, así como la organización de quienes llevan a cabo un proyecto de medio impreso, son claves en el éxito del mismo.

Nota: las respuestas de los entrevistados se tomaron en cuenta según el número de proyectos de medios comunitarios impresos en los que participaron.

Segunda Entrevista

El segundo modelo de entrevista que se aplicó en el estudio de la población de La Miel se estructuró de la siguiente forma:

Nombre y apellido:

Cargo:

- 1.- ¿Cree ud. que su población cuenta con suficientes medios de información que reflejen la realidad de su localidad? ¿Por qué?
- 2.- ¿Considera ud. necesaria la creación de un medio informativo de corte comunitario para la población de La Miel?
- 3.- ¿Estaría ud. dispuesto a colaborar en la creación de ese medio?
- 4.- ¿Cree ud. que en el caso que se creara un medio para la comunidad, la empresa, organización o institución que respalda estaría dispuesta a apoyar tal iniciativa?
- 5.- Desde su opinión, ¿cree que es viable un proyecto de este tipo en su localidad?

Este modelo de entrevista se aplicó los días 11 y 12 de enero a las siguientes personas:

- ❖ Jorge Zabala, funcionario público y administrativo de la Alcaldía de Simón Planas.

- ❖ Miguel Monsalve, Coordinador de Relaciones Institucionales de la Empresa Destilerías Unidas, S. A.
- ❖ Yaneth Vilorio, Asistente de la Coordinación de Recursos Humanos de la Empresa Demaseca, C. A.
- ❖ Eleonora Mendoza, Vocera del Consejo Comunal del sector El Motor.

Conclusiones de la aplicación de la entrevista

- ♣ El 100% de los entrevistados manifestaron que el poblado no cuenta con medios que reflejen su realidad.
- ♣ El 100% de las personas entrevistada consideraron necesaria la creación de un medio impreso informativo de corte comunitario para La Miel.
- ♣ El 100% de los entrevistados afirmaron estar dispuestos a colaborar en la creación del medio comunitario.
- ♣ Todos los entrevistados expresaron la disposición de las empresas e instituciones a las que representan a colaborar con el proyecto del periódico.
- ♣ Para el 100% de los entrevistados la propuesta de creación de un medio impreso comunitario en la localidad de La Miel es 100% viable siempre y cuando este sea equilibrado en sus informaciones y sus creadores sean perseverantes.

Tercera Entrevista

El tercer modelo de entrevista que se aplicó en el estudio de la población de La Miel se estructuró de la siguiente forma:

Nombre y apellido:

Cargo:

- 1.- ¿Cuáles son los diarios que se venden en el puesto?
- 2.- ¿Cuántos ejemplares de cada uno recibe a diario?
- 3.- ¿Cuáles son los más vendidos?
- 4.- ¿Por qué cree usted que estos diarios tienen mayor venta con respecto a los otros?
- 5.- ¿Y cree ud. que las informaciones que publican estos diarios acerca de la Miel son suficientes para mantener a la población mielense suficientemente informada?
- 6.- ¿Tienen clientela fija? ¿Cuál es?
- 7.- ¿Considera que hay días de mayor venta? ¿Cuáles días son?

Este modelo de entrevista se aplicó el 11 de enero a María Jiménez, única vendedora de periódicos en la zona.

Las respuestas de Jiménez fueron las siguientes:

1.- ¿Cuáles son los diarios que se venden en el puesto?

“Los diarios que vendo son El Informador, El impulso, Última Hora, Líder, Meridiano y El Nacional”.

2.- ¿Cuántos ejemplares de cada uno recibe a diario?

“Recibo 120 ejemplares diario del El Impulso y El Informador (120 cada diario), 30 ejemplares del Última hora, 30 de Líder, 10 de El Nacional y 30 de Meridiano”.

3.- ¿Cuáles son los más vendidos?

“Diariamente los que más vendo son El Impulso y El Informador, pero igual a veces no se venden todos los ejemplares”.

4.- ¿Por qué cree usted que estos diarios tienen mayor venta con respecto a los otros?

“Yo creo que es porque son los periódicos que ponen más noticias de La Miel y de Sarare. Aunque no es así todo el tiempo”.

5.- ¿Y cree ud. que las informaciones que publican estos diarios acerca de la Miel son suficientes para mantener a la población mielense suficientemente informada?

“La verdad no. Lo que pasa es que, comparado con los otros periódicos, ellos publican una que otra información de nuestra comunidad. Los otros periódicos nunca lo hacen”.

6.- ¿Tiene clientela fija? ¿Cuál es?

“Realmente mi clientela, casi toda, es fija porque quienes me compran son los trabajadores de Demaseca y Destilerías cuando van a los turnos de trabajo en la

madrugada, y gente que vive cerca del negocio y siempre compran periódico, y son a los que siempre les guardo un ejemplar”.

7.- ¿Considera que hay días de mayor venta? ¿Cuáles días son?

“Sí, por supuesto que sí. Aquí cuando pasa algo muy importante y los periódicos lo publican, la venta es total. El único de los periódicos que nunca se vende todo es El Nacional. Los fines de semana también aumenta la venta de periódicos”.

Conclusiones de la entrevista:

- ♣ Los diarios que se venden el punto son: El Informador, El impulso, Última Hora, Líder, Meridiano y El Nacional.
- ♣ Al punto de venta llegan 340 ejemplares diarios, en total, de todos los medios. Sin embargo, no todos son completamente vendidos.
- ♣ Los diarios más vendidos son El Impulso y El Informador. Según la entrevistada, la razón por la que estos diarios son los que más se venden es porque son los que con más frecuencia publican informaciones referentes a La Miel.
- ♣ A pesar de ser los que más publican informaciones referentes al poblado mielense, tanto el Impulso como El Informador publican dichas informaciones esporádicamente.
- ♣ Existe una clientela fija, para la compra de los diarios, la cual esta conformada por un grupo de trabajadores de las empresas de la zona.
- ♣ La venta de los ejemplares aumenta cuando sucede algún hecho noticioso y la población cree que el mismo saldrá publicado.
- ♣ Asimismo, se pudo conocer que, a parte de los días en que suceden hechos noticiosos en el poblado, los fines de semana suele aumenta la venta de los diarios.

La Observación

La observación de campo que se realizó para el presente trabajo se basó en dos aspectos fundamentales:

- ♣ Monitoreo de los diarios El Informador y El Impulso.
- ♣ Observación directa del puesto de venta de los periódicos que circulan en el poblado de La Miel.

Monitoreo de los diarios El Informador y El Impulso

En el caso de los periódicos, la observación se realizó durante los meses de noviembre y diciembre de 2007, y registró en tablas que permitieran saber la frecuencia de la aparición de informaciones referentes a La Miel, así como el tratamiento de las mismas.

Día de Circulación	Diario El Impulso	Diario El Informador	Titular de La noticia	N° de columnas	Tipo de Información
2/ 11/ 07		X	Muere Joven trabajador en accidente de motocicleta	2 Col	Sucesos
9/11/07	X		Madres cuidadoras visitarán la Asamblea Nacional	3 col	Política
9/ 11/ 07		X	Madres Cuidadoras del Municipio Simón Planas exigen Pago de salario mínimo	4 col	Política
15/ 11/ 07		X	Muere obrero de construcción en La Miel	2 col	Sucesos

23/ 11/ 07		X	Aparatoso accidente en la vía Sarare- La Miel deja 2 muertos	2 col	Sucesos
28/ 11/ 07	X		Encuentran cadáver en las adyacencias de la Iglesia de Sarare	3 col	Sucesos
01/ 12/ 07	X		Peligro en la Población de La Miel por invasión de caracoles	4 col	Salud
01/ 12/ 07		X	Alarma en el poblado de La Miel por invasión de caracoles	3 col	Salud
04/ 12/ 07		X	Posible epidemia a causa de Caracoles africanos	3 col	Salud
06/ 12/ 07	X		Toman medidas para eliminar los caracoles africanos en las casa de La Miel	3 col	Salud
10/ 12/ 07	X		Servicio Asistencial de Sanidad Ambiental estudia caso de Caracoles Africanos en La Miel	3 col	Salud

Resultados obtenidos del monitoreo de los diarios El Informador y El

Impulso:

- ♣ La información que recibió más cobertura durante los dos meses de monitoreo fue la referente a la de los caracoles africanos que invadieron el Sector San Pedrito de La Miel.
- ♣ La aparición de noticias referentes a La Miel sólo se da cuando se trata de informaciones de sucesos, salud o política.
- ♣ Ambos diarios cubren, en su mayoría, las mismas informaciones referentes al sector.
- ♣ Sólo aparecen de 3 a 5 informaciones mensuales referentes a la localidad mielense.

Observación del puesto de periódicos de La Miel

La observación del único punto de venta de periódicos del poblado mielense, se realizó los días 21, 22, 23 y 24 de febrero de 2.008. En este caso, la observación fue grupal y se realizaba sólo en las mañanas, horas en las que se realiza las ventas de los ejemplares.

Las anotaciones de dicha observación se llevaron a cabo en un cuaderno de notas, en el cual se colocaba lo observado por cada investigador diariamente:

Resultados de la Observación:

- ♣ Mediante la observación se pudo conocer que los medios vendidos (entre los diarios Líder, El Impulso, Meridiano, Última Hora, El Nacional y El Informador) no superaban los 300 ejemplares por día. Cabe destacar, que el Diario Última Hora, de Acarigua, Estado Portuguesa, llega al poblado debido a la cercanía que tiene La Miel con respecto a Acarigua.
- ♣ Los diarios barquisimetanos El Impulso y El Informador son los más vendidos.
- ♣ La compra de los ejemplares, por parte de la población, se hacía en el horario comprendido entre las 5:30 a. m. y las 7:30 a. m. Ya a las 8:00 a.m., aproximadamente, no había más venta de diarios.
- ♣ La razón principal por la cual la venta de los periódicos sólo se da matutinemente se debe a que los horarios de trabajo de las principales empresas del sector se inicia en las primeras horas de la mañana, y es

cuando hay mayor circulación de personas en la Avenida principal de La Miel, lugar en el que se ubica el punto de venta.

- ♣ El público que adquiere los ejemplares se caracteriza por ser personas de más de 30 años y trabajadores de la zona, en su mayoría.
- ♣ La población joven, de 15 a 25 años, no es parte del público que adquiere los ejemplares de los diarios.
- ♣ Hay un gran número de ejemplares devueltos del diario El Nacional debido a su poca venta en el sector, aunque no es el único diario cuyos ejemplares son devueltos.
- ♣ El tercer día de observación, se pudo confirmar que los diarios se venden en su totalidad cuando los mismos reflejan informaciones referentes a la comunidad o a cualquier sector de la jurisdicción del Municipio Simón Planas. Ese fue el caso del sábado 23 de febrero de 2008, cuando se registró un accidente en la vía Sarare- La Miel en el que resultaron fallecidos 3 jóvenes habitantes del Municipio, lo cual causó impacto en la zona.

SEGUNDA ETAPA DEL ANÁLISIS DE RESULTADOS

En la segunda etapa del análisis de resultados, se procedió a comparar los resultados obtenidos de las encuestas y cuestionarios con los resultados arrojados por la entrevista y la observación.

Tabla comparativa

Variables	Encuesta 1	Encuesta 2	Cuestionario	Entrevista1	Entrevista2	Entrevista3	Observación	Monitoreo
Nivel de Información	La mayoría de los encuestados considera que su nivel de información es malo, y que no están informados de los hechos que ocurren en La Miel.	La muestra arrojó que hay carencia informativa en el poblado y que necesita conocer su acontecer diario.						El Informador y El Impulso, principales diarios de la zona, no reflejan continuamente las noticias del pueblo.
Necesidad de un medio en la zona		La comunidad está de acuerdo con la creación de un medio impreso comunitario en La Miel.		Los intentos de crear medios sólo se ha dado en la comunidad de Sarare.	Los entrevistados manifestaron que el poblado no cuenta con medios que reflejen su realidad. Consideran necesario un medio comunitario.	Es necesario un medio informativo porque El Informador y El Impulso publican noticias de la comunidad de forma esporádica.	El hecho de que los diarios se vendan en su totalidad cuando publican noticias referentes al pueblo, evidencia la necesidad de que los mielenses cuenten con su propio medio informativo.	El Informador y El Impulso publican, generalmente, noticias referentes a sucesos, salud o política, obviando el acontecer diario de la comunidad.
Principales medios de la zona	Los medios de información más consultados en la comunidad son los impresos. Por ello, los más leídos son los diarios El					Los diarios más vendidos son El Informador y El Impulso.	Los diarios provenientes de Barquisimeto, El Informador y El Impulso, son los más vendidos.	

	Informador y El Impulso.							
Frecuencias de noticias referentes a La Miel en los principales medios					Los principales medios no reflejan la realidad completa del pueblo, pues no lo mantienen al día con sus principales noticias.	Pese a que son los más vendidos por publicar noticias referentes a La Miel, tales informaciones son presentadas esporádicamente.		Aparecen de 3 a 5 informaciones mensuales concernientes a la comunidad mielense. Tal aparición se da cuando se trata de sucesos, salud o política.
Circulación matutina del medio			El horario de preferencia para la circulación del periódico El Panal es el matutino.				La razón principal por la cual la venta de los periódicos se da sólo en las mañanas se debe a que los horarios de trabajo de las principales empresas de la zona se inician en horas de la mañana, y es cuando hay mayor circulación de gente.	
Información es que el público quiere leer en el medio	Las informaciones que más gustan son las deportivas, culturales y las concernientes a las comunidades.	Les gustaría leer en el periódico comunitario o informaciones deportivas, culturales y de comunidad.	Las secciones de periódicos que más atraen al pueblo son las de deporte, cultura y las de comunidad.					
Viabilidad del proyecto de creación de El Panal en La Miel		Es viable porque la comunidad, en su totalidad, está de acuerdo con la creación de un medio comunitario impreso.			La propuesta es viable, siempre y cuando haya equilibrio en las informaciones y perseverancia en sus impulsores.			
Disposición de los habitantes y/o instituciones o empresas de apoyar el proyecto				Disposición de colaborar con iniciativas de este tipo para beneficio de la comunidad.	Disposición de habitantes, empresas e instituciones de colaborar con el proyecto de periódico comunitario.			

CAPÍTULO VI:

LA PROPUESTA

El Panal, elaboración de la primera edición de un medio impreso de corte comunitario en la Miel, Parroquia Gustavo Vegas León adscrita al Municipio Simón Planas del Estado Lara.

La propuesta del presente trabajo de grado para optar al título de licenciatura en Comunicación Social se centró, como se explica en nuestro objetivo general, en elaborar la primera edición de un medio impreso de corte comunitario en el poblado larense de La Miel.

Gracias a la comparación y cruce de los datos obtenidos de las entrevistas y la observación con las encuestas y los cuestionarios aplicados a la muestra poblacional, seleccionada al azar en el estudio, se pudo establecer cada uno de los elementos que caracterizarán al medio impreso propuesto.

El Nombre:

El medio impreso se llamará El Panal por las siguientes razones:

- ✓ Representa un elemento característico del nombre del pueblo (La Miel).
- ✓ Crea una conexión directa entre el medio y la comunidad ya que su nombre se debe a la simbología de que “la Miel” proviene de “El Panal”.

- ✓ Fue un nombre propuesto por varios integrantes de la comunidad, a pesar de que ninguno de los instrumentos de recolección de datos planteaba una pregunta que hiciera referencia al nombre que debía tener el medio propuesto.

El Formato:

El formato del periódico se seleccionó según los resultados del cuestionario aplicado a la muestra, el cual arrojó que un 70% de la población prefiere que el formato del medio comunitario sea el tabloide.

La Periodicidad:

Según los datos arrojados en el estudio, la muestra manifestó en un 37% que la periodicidad del periódico debía ser diaria. Sin embargo, debido a la escasez de los recursos económicos para la impresión de este medio, se propone que El Panal cuente, en sus primeras ediciones, con una periodicidad mensual.

Horario de Circulación:

El horario de circulación establecido para El Panal es el Matutino. El establecimiento de dicho horario se realizó partiendo del 100% de aceptación que la muestra dio al mismo en relación con el horario vespertino que se proponía en el cuestionario y de los resultados de la observación de campo, en la cual pudo

comprobarse que la compra de periódicos en el sector es únicamente en el horario de la mañana.

Las Secciones

Según los resultados del estudio y las preferencias de los habitantes que conformaron la muestra, El panal cuenta con las siguientes secciones:

- ✓ Política
- ✓ Comunidad (Reportes de la Comunidad)
- ✓ Salud (Mejorando Nuestra Salud)
- ✓ Cultura (Conociendo nuestra cultura)
- ✓ Deporte

Asimismo, se añadieron dos secciones extras que se consideraron importantes para el funcionamiento del medio:

- ✓ Sucesos
- ✓ Crónicas (Crónicas de la Miel)

La sección de sucesos, que fue rechazada por un 19% de los encuestados debido al manejo amarillista que se le da en algunos diarios que circulan en la zona, se encuentra en El Panal pero con un tratamiento informativo distinto al que los habitantes rechazaron.

Las informaciones de sucesos son manejadas sin imágenes que inciten a la violencia o que muestren sangre, desmembramientos de personas o algún otro tipo de sufrimiento humano. Asimismo, esta sección contendrá informaciones

acerca de la prevención de accidentes automovilísticos, en motos, desastres naturales, y cualquier otro tipo de suceso que pueda prevenirse.

Por otra parte, la sección de Crónicas de la Miel es una página destinada a los relatos autóctonos de la comunidad, por ello es redactada por el cronista de La Miel, y colaborador de El Panal, Lino Gómez.

La manera en que se presentan estos relatos es en capítulos, con el fin de crear interés en los lectores e incitarlos a seguir las diferentes ediciones del periódico.

Géneros periodísticos

Los principales géneros periodísticos que se encuentran en El Panal son:

- ✓ La Noticia
- ✓ El reportaje
- ✓ La Crónica

Diagramación y Diseño

La Diagramación de El Panal se hizo por medio del programa QuarkXpress Passport debido a la sencillez del manejo del mismo.

En cuanto al diseño, se empleó como guía el periódico *Últimas Noticias* de la Cadena Capriles, tomando en cuenta sus colores, disposición de espacio, así como el dinamismo y frescura con que se tratan y presentan los diversos géneros periodísticos en dicho diario.

MANUAL DE ESTILO

Según Ricardo Soca, los manuales de estilo son el resultado de la importancia que ha adquirido la prensa informativa en nuestra sociedad y la necesidad de disponer de datos de consulta que fijen instrucciones precisas que permitan utilizar el lenguaje de forma correcta.

Tomando en cuenta que “El Manual de Estilo” contempla todas las normas lingüísticas y de estilo que se establecen en una publicación periódica, se ha establecido aquí un Manual de Estilo para El Panal, el cual se basa en los resultados del estudio de campo realizado en La Miel, localidad en la que se desarrollarán las actividades informativas de este periódico comunitario.

A continuación se establecen los parámetros lingüísticos y estilísticos con los que se deberán cumplir a la hora de la redacción de informaciones del periódico El Panal:

POLÍTICA EDITORIAL

La política editorial que identificará al mensuario El Panal no estará orientada a respaldar ninguna postura política en particular. Por lo que la política editorial del periódico estará orientada al beneficio de la comunidad de La Miel y, en la medida de lo posible, a mantener un trato informativo equilibrado, enfocado a informar todos los hechos ocurridos en la zona, y aquellos que resulten relevantes dentro del Estado Lara, independientemente de las posturas políticas que prevalezcan en el entorno en el que se desarrolle el hecho noticioso.

LÍNEA INFORMATIVA

Tomando en cuenta que la línea informativa es “el conjunto de normas que rigen el funcionamiento informativo de un medio de información y que hace referencia a las decisiones tomadas por los editores o dueños del medio en cuanto al tratamiento informativo, el área de cobertura de la actualidad, la forma de elaborar, presentar y jerarquizar las informaciones, el estilo redaccional y el modo de ilustración de la publicación”, según Olga Dragnic (1994).

El Panal contará con una línea informativa que cubrirá los hechos noticiosos que se generen en el área de La Miel, principalmente, así como del Municipio Simón Planas y el Estado Lara, siempre que dichas informaciones sean de relevancia para la comunidad mielense.

Por otra parte, la elaboración presentación y jerarquización de las informaciones estará sujetas a las normas lingüísticas y estilísticas y a la apreciación del Comité de Redacción del periódico E Panal.

NORMAS LINGÜÍSTICAS

Todo aquel periodista o miembro de la comunidad que desarrolle actividades informativas dentro del mensuario El Panal, deberá tomar en cuenta las siguientes normas:

1.- Uso del “Queísmo”: en la redacción de las noticias se evitará el uso excesivo de la conjunción “**que**”, sobre todo en la presentación de testimonios por cita directa.

Por ejemplo:

Aida Pérez señaló **que** “cualquier habitante puede participar en el concurso de ensayos de Simón Planas”.

En casos como el del ejemplo anterior, el uso de la conjunción “**que**” quedará eliminado y se sustituirá por una **coma** (,), presentando el testimonio de la siguiente forma:

Aida Pérez señaló, “cualquier habitante puede participar en el concurso de ensayos de Simón Planas”.

2.- Uso del “Dequeísmo”: asimismo se evitará el uso frecuente y excesivo de la expresión “**de que**” en la narración y/ o redacción de las informaciones presentadas en esta publicación periódica.

Por ejemplo:

En el caso **de que** la comunidad no obtenga mejores resultados...

En casos como el anterior, la expresión “de que” no será usada. Por el contrario, se suprimirá el “de”, y se presentará la información de la siguiente forma:

En el caso **que** la comunidad no obtenga mejores resultados...

3.- Uso de palabras desconocidas: el redactor o periodista deberá presentar un lenguaje claro y conciso que permita la fácil comprensión del género periodístico que redacta. Por ello, es necesario el empleo de palabras de uso frecuente de manera que el público lector pueda comprender lo que se le está informando.

En el caso de que se trate de términos especializados de un lenguaje técnico, como por ejemplo el usado en el área de salud, el redactor deberá explicar el significado del mismo o buscar un sinónimo del término usado.

4.- Uso de adjetivos: no se usará la adjetivación dentro de las informaciones más que para describir algún objeto, persona o cosa. El uso de adjetivos, en el caso de las personas, sólo se hará para describir sus características físicas, cuando sea necesario, y en ningún momento las mismas deberán descalificar, ofender o menospreciar al individuo descrito.

5.- Uso del lenguaje coloquial: los redactores de El Panal, deberán hacer uso de un lenguaje fresco y dinámico a la hora de presentar sus informaciones. Sin embargo, no se emplearán términos coloquiales ni vulgares que desvirtúen la información o la hagan parecer parte de una conversación más que de una narración, es decir, no se hará uso de coloquialismos ni expresiones de la jerga popular que puedan resultar grotescas para el público lector.

Disposición final: todas las informaciones redactadas para las ediciones del periódico El Panal estarán sujetas a la revisión del Comité de Redacción (el cual estará conformado por periodistas y personas de la comunidad de La Miel) con el objetivo de evitar el incumplimiento de alguna de las normas aquí expuestas o de cualquier otra que resulte inconveniente para el manejo de la información.

NORMAS ÉTICAS Y ESTILÍSTICAS

1.- Secreto profesional y anonimato de la fuente: según el Art. 8 de la Ley de Ejercicio del Periodismo, el secreto profesional es derecho y responsabilidad del periodista. Tal como lo establece dicho artículo, “ningún periodista está obligado a revelar la fuente informativa de hechos de los que ha tenido conocimiento en el ejercicio de su profesión”. Por ello, siempre que cualquier fuente de información exija el anonimato, el periodista o redactor está en el deber de respetar el mismo y poder usar la información facilitada siempre que la misma sea comprobada y ratificada por el periodista.

2.- Veracidad de la información: ningún periodista, redactor, integrante del Comité de redacción o directivo del periódico El Panal tendrá derecho a falsear o adulterar los hechos objetivos de las informaciones, tal como lo establece el Art. 10 de la Ley de Ejercicio del Periodismo. Los únicos cambios que se podrán hacer en las informaciones, serán los referidos al lenguaje, o términos usados, más no a la esencia el hecho noticioso como tal.

3.- Verificación de las fuentes de información: es necesario que el periodista o redactor de las informaciones contraste los datos suministrados por las fuentes de la misma, así se trate de versiones oficiales o no, con otras fuentes (bibliográficas, oficiales o testimoniales) para verificar la veracidad del hecho noticioso o la información. De lo contrario, se estará incumpliendo con el presente manual de estilo y con el Art. 9 de la Ley de Ejercicio del Periodismo.

4.- No se potenciarán las informaciones negativas ni sensacionalistas: las noticias o demás géneros periodísticos presentados en El Panal, no tendrán como fin crear conflictos ni dramatizarlos. Por esto, aún cuando la información sea negativa, el periodista presentará el hecho noticioso sin resaltar aspectos perjudiciales y procurará presentar las posibles soluciones, que según las fuentes, tiene la problemática o situación expuesta.

5.- Evitar la simplificación de las informaciones: las informaciones serán tratadas con claridad y oportunidad pero evitando la simplificación de la misma, es decir, la información será presentada de forma que, sin perder la claridad y concisión, la misma no se vea reducida innecesariamente o pierda la esencia del hecho noticioso.

6.- Uso de las imágenes: las imágenes y los elementos gráficos forman parte de la información, por lo que los ambos elementos serán presentados como refuerzo de la noticia o cualquier género periodístico que se publique en El Panal. Sin embargo, no se hará uso de imágenes grotescas, violentas, que atenten contra la moral, inciten a la violencia o generen impacto negativo en el público lector, en ninguna de las secciones que contempla el mensuario El Panal.

7.- No se hará discriminaciones: en ningún momento las informaciones presentadas en el periódico El Panal podrán discriminar o incitar a la discriminación racial, social, étnica, sexual, política o religiosa.

Estilo de Redacción y tratamiento de la información por sección

POLÍTICA

Se entiende como información política todos aquellos datos del acontecer político de Municipio Simón Planas, el Estado Lara y todos aquellos referentes a la política del Estado Venezolano, cuando estos últimos sean de interés para la comunidad mielense.

En El Panal, se hará referencia a lo político atendiendo a las normas presentadas a continuación:

- 1.- No se favorecerá ninguna tendencia política en particular.
- 2.- No se discriminará a ninguna persona por su ideología política.
- 3.- No se dará un trato diferente a ninguna información de esta sección por no corresponder a la línea de pensamiento político del periodista o redactor del hecho noticioso.
- 4.- En el caso de las entrevistas, el periodista o redactor dará un trato ético e imparcial al entrevistado, respetando su postura política e ideológica.
- 5.- En cuanto a las imágenes que acompañarán a las informaciones políticas, las mismas no reflejarán hechos violentos o acciones que representen, gráficamente, la descalificación de ninguna persona o partido.

SALUD

Se considerarán informaciones de salud a todas aquellas que traten temas referentes al funcionamiento del organismo del ser humano, así como todos

aquellos datos que puedan ayudar a conocer y mejorar la alimentación, nutrición y estilo de vida, en general, de la raza humana.

En cuanto al manejo de estas informaciones, los redactores y periodistas de El Panal, tomará en cuenta los siguientes aspectos:

1.- Las informaciones presentadas en esta sección estarán dirigidas a guiar, orientar y ayudar a la comprensión de los lectores en la mejora de su salud en todos los aspectos sexuales, nutricionales, reproductivos, del buen funcionamiento del organismo humano, entre otros; es decir, las informaciones estarán dirigidas a ofrecer opciones y/ o consejos que ayuden a la mejora y buen desarrollo de la salud del público lector.

2.- Las imágenes que refuercen o acompañen estas informaciones, no deberán en ningún momento incitar al morbo o degradación de la sexualidad, ni serán objeto de temor o sensacionalismo por parte del lector.

3.- En cuanto al uso de términos médicos y/ o científicos que resulten confusos o desconocidos para el lector, el redactor de la información deberá definir el mismo para que se pueda entender la información de forma rápida y sencilla.

COMUNIDAD

En la sección titulada Reportes de la Comunidad del periódico El Panal, se reflejarán todas aquellas informaciones referentes al acontecer de la comunidad de La Miel, que resulten importantes o relevantes para la misma.

Para la redacción de las informaciones que conformarán esta sección se tomarán en cuenta los siguientes lineamientos:

1.- Ninguna información deberá atentar contra la moral ni la integridad de ninguno de los habitantes de la población de La Miel.

2.- Las informaciones presentadas no podrán, en ningún momento, utilizar términos o calificativos que puedan inducir al desorden público o al descrédito de cualquier persona.

3.- En el caso de las denuncias de irregularidades por parte de los vecinos del sector, el redactor o periodista deberá, como en todas las informaciones del periódico, contrastar las fuentes, oficiales o no, para corroborar la veracidad del objeto de la denuncia hecha por la comunidad.

4.- Las informaciones estarán orientadas a plantear el qué, cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué del hecho, acontecimiento o denuncia, más en ningún momento el redactor o periodista, aún cuando pertenezca o tenga alguna afinidad con la población mielense, emitirá opiniones y /o juicios de valor acerca del hecho que está informando.

5.- La sección comunidad no estará destinada únicamente a las denuncias o reclamos de la misma. También servirá para dar a conocer al público lector todas las obras, trabajos de mantenimiento, labores o actividades educativas, funcionamiento de los consejos comunales, entre otras informaciones, que se destaquen en el ámbito informativo de la comunidad.

CULTURA

La sección de cultura de El Panal, estará destinada a informar todos aquellos aspectos culturales que comprenden las costumbres, prácticas, creencias y actividades autóctonas del poblado de La Miel.

En cuanto a las normas que esta sección deberá seguir para su redacción, serán las siguientes:

- 1.- No se emplearán calificativos en ninguna de las informaciones.
- 2.- Todas las informaciones de esta sección estarán acompañadas de material gráfico (fotos, despieces, gráficos, tablas, entre otras) que las refuercen y hagan más dinámicas.

SUCESOS

La sección de sucesos, presentará todas aquellas informaciones referentes a los acontecimientos suscitados en cualquiera de los sectores que conforman La Miel, y en la jurisdicción del Municipio Simón Planas.

Las normas informativas y redaccionales que regirán a esta sección serán las siguientes:

- 1.- No se emplearán ninguno de los siguientes términos dentro de las informaciones de sucesos:
 - **Asesinato/ Asesino:** estas palabras no podrá ser usadas en ninguna de las informaciones del periódico El Panal. En lugar de “asesinato” se

empleará el término “homicidio”. En cuanto al término “asesino”, será sustituido por “autor intelectual” , “presunto autor intelectual” o “presunto homicida” .

- **Suicidio:** el uso de esta palabra y cualquiera de sus derivados (como suicida, suicidarse, entre otras) será sustituido por cualquier otro término sinónimo como por ejemplo: falleció.
- **Catástrofe:** este término no será empleado en ninguna de las informaciones por resultar impactante y sensacionalista. En su lugar podrán utilizarse términos como: desastre natural, acontecimiento, o cualquier otro sinónimo del mismo.
- **Linchar/ linchamiento:** estos términos tampoco podrán ser empleados dentro de las redacciones de las informaciones de sucesos. En su lugar podrán emplearse los términos “ajusticiamiento”, “ajusticiar” o “ajusticiado”.
- **Violación:** este término no se utilizará, en el caso de sucesos, cuando se refiera a actos de “agresión sexual”.

Es importante destacar que el uso de estos términos queda prohibido para dar un mejor manejo de las informaciones y evitar el sensacionalismo de las mismas, así como para proteger a los lectores del impacto alarmante de cualquiera de las noticias.

2.- No se acusará ni condenará a ningún individuo de ningún acto o hecho que no se haya comprobado por parte de las autoridades competentes. Por ello, se tratará al individuo como “presunto autor” más no como “culpable”.

3.- Sólo se informarán los hechos, en ningún momento se emitirán opiniones acerca de los mismos.

4.- Se dará prioridad a las fuentes oficiales acerca de las causas del hecho, acontecimiento o suceso. Sin embargo, no se despreciará la información de los testimonios como refuerzo de la información.

5.- Las imágenes que acompañarán o reforzarán las informaciones de la sección no deberán mostrar desmembramientos, escenas de sangre, sufrimiento humano, decapitaciones ni ningún otro hecho que resulte amarillista o impactante para el lector.

DEPORTES

La sección de deportes de El Panal, presentará todas aquellas informaciones deportivas referidas o suscitadas dentro de La Miel, principalmente, y el Municipio Simón Planas.

Para la redacción de estas informaciones se tomará en cuenta las siguientes recomendaciones:

1.- Se empleará el lenguaje técnico de la disciplina deportiva que se esté tratando pero de manera que el público lector pueda entender la información, es decir, el redactor aclarará o definirá el término técnico empleado siempre que este pueda resultar desconocido para el lector.

2.- En ningún momento las informaciones podrán resultar ofensivas o descalificantes para los competidores u oponentes de las disciplinas deportivas tratadas.

3.- Las informaciones deberán ser acompañadas por imágenes o gráficas referentes al evento deportivo que trate la noticia.

CRÓNICAS

La sección de Crónicas de La Miel, será un espacio redactado por el cronista de la comunidad, Lino Gómez.

Por lo que las informaciones de este espacio estarán sujetas a las disposiciones y decisiones de su autor, sólo deberán cumplir con las reglas estilísticas y lingüísticas generales dispuestas en este manual.

NORMAS DE TIPOGRAFÍA Y DISEÑO

El diseño del periódico El Panal es muy sencillo. Con estas normas sólo se pretende dar uniformidad y buena presentación a las informaciones publicadas en el mensuario.

Por ello se establecerán aquí las normas generales con las que se deberán cumplir en cada edición de El Panal.

UBICACIÓN DE SECCIONES POR PÁGINA

La ubicación de las páginas de El Panal Serán las siguientes:

- Las páginas impares, por ser las de mayor lectura, estarán ocupadas por las secciones de política, salud y sucesos, por ser las informaciones de menor preferencia entre el público lector.

- En las páginas pares se ubicarán todas las secciones que resultaron más relevantes para los lectores durante la investigación de campo, como lo son: comunidad, cultura y deportes. Estas secciones se ubicarán de esa forma debido a que no es necesario ubicarlas en páginas impares porque igualmente serán leídas por el público por ser sus favoritas, según lo que ellos mismos aseguraron en el estudio de campo. La sección de **Crónicas de La Miel** se ubicará en la última página de cada edición, ya que esta ubicación resulta estratégica, en cuanto a la lectura, pues el público suele leer, principalmente, la primera y la última página de los periódicos.

ANTETITULOS

En cuanto a los antetítulos se establece que:

- Sólo las informaciones principales de cada sección llevan antetítulo.
- La anchura del antetítulo siempre será la misma que el titular.
- La fuente de los antetítulos será **Arial** y los puntos de tamaño del antetítulo serán:

N° de columnas	Tamaño de la letra
5 col	15- 16 pts
4 col	12- 14 pts
3 col	12- 14 pts

SUMARIOS

En cuanto a los sumarios se establece que:

- Las únicas informaciones que no llevarán sumario serán las de las secciones de salud, crónicas y cultura.
- La fuente de los sumarios será **Arial** de tamaño 12pts.
- Se destacarán al menos 2 palabras claves del sumario, las cuales se resaltarán en negrita.

TÍTULOS

Los titulares de las informaciones se harán de acuerdo con las secciones y el número de columnas. El titular más grande será el de la información principal de cada sección, según el número de columnas que este ocupe.

Según la sección

Sección	Salud	Deporte	Política	Comunidad	Crónicas	Cultura	Sucesos
Fuente	Eras Demi ITC	Arial	Arial	Arial	Eras Demi ITC	Arial	Arial o Times New Roman

Según el tamaño de la información

Columnas	5	4	3	2	1
Tamaño de Fuente	42 a 50 pts	36 a 41 pts	29- 35 pts	22-28 pts	20- 21 pts
Líneas	1 ó 2	1 ó 2	1 ó 2	2 ó 3	4 ó 5

DESPIECES

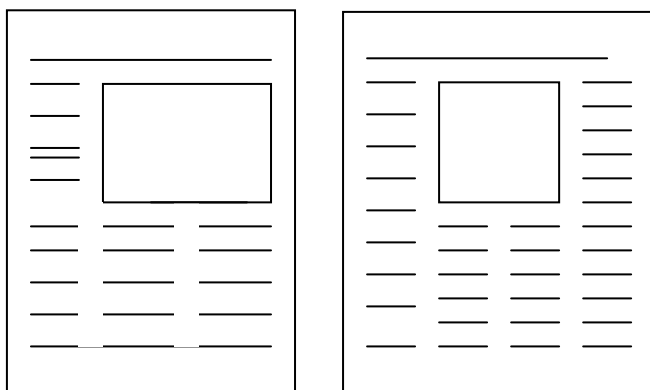
Los despieces serán empleados como entradas de información con las que se complementarán los artículos, noticias o cualquier género periodístico que se esté manejando.

- Tipo de Fuente: **Arial** o **Rockwell**.
- Tamaño de la Fuente: 8 a 14 pts.
- Interlineado: de 11 a 13 pts.

TEXTO

Las características tipográficas del texto de las informaciones, sin importar la sección a la que pertenezcan, serán:

- Tipo de Fuente: **Times New Roman** .
- Tamaño de la fuente: 12pts.
- Interlineado: 12 pts.
- Longitud del texto: la única norma que existirá en cuanto a la longitud del texto será que la información principal deberá ser la más amplia de las contenidas en la sección.
- Lectura del texto: deberán contener las siguientes formas de lectura:



- La Lectura de los textos podrá ser interrumpida sólo por despieces, con información, más no por imágenes.
- Firma del redactor: esta deberá ubicarse después del título y del sumario, en caso de que la información no lleve sumario se ubicará en el inicio del primer párrafo. La fuente será Times New Roman de 8 pts, y se acompañará de una viñeta. Ejemplo: ▶ **Lino Gómez**

CONCLUSIÓN

El trabajo de grado que se presentó tuvo como fin principal la creación de la primera edición de un medio informativo comunitario en la población larense de La Miel. El estudio realizado se basó en una investigación de campo a través de la cual se pudo determinar con precisión y veracidad las exigencias y necesidades de los mielenses, respecto a la propuesta realizada.

Asimismo, tras varios meses de investigación, se concluyó que esta población tiene carencia informativa puesto que no cuenta con medios informativos que la mantenga al día con los hechos y acontecimientos que ocurren dentro de su localidad.

Además, se determinó la necesidad que tienen los mielenses de tener un periódico de corte comunitario que cubra esa carencia informativa y a su vez logre enriquecer la cultura de información precaria que poseen los habitantes.

Más allá de informar, con la creación del mensuario El Panal se intenta estimular la participación popular de la comunidad e incentivar a la colectividad a tomar parte activa en la toma de decisiones de aquellos problemas comunitarios que atañen a cada individuo del poblado.

Con esta propuesta se intenta ofrecer nuevas estrategias comunicacionales que se conviertan en una opción informativa fresca, concisa y comprensible para el público mielense, al cual va dirigido.

Este medio creado para la comunidad también podrá servir como una vía de comunicación que incremente la realización de actividades culturales y deportivas, así como económicas y políticas, logrando mayor participación en las mismas y mayor interés, no sólo en los pobladores de La Miel sino en sus autoridades competentes.

De igual forma, la creación de este medio impreso busca generar el interés de los estudiantes de la región por iniciar estudios en el área de la comunicación social. De resultar exitoso el proyecto, con el transcurrir del tiempo se generaría una fuente de empleo para los egresados en el área de las comunicaciones y el periodismo.

Al realizar proyectos en los cuales se trabajará con comunidades es importante partir de la base de que estas son parte de una dinámica colectiva. Por tal razón, se debe promover el poder y la participación popular para que los individuos puedan integrarse a la dinámica colectiva de forma consciente y voluntaria, y no como algo impuesto y a la fuerza.

También se pudo determinar que los aspectos políticos, económicos, sociales, culturales, entre otros, que forman parte de una comunidad afectan a sus miembros, ya sea de forma positiva o negativa. Por ello deben unirse a la dinámica colectiva de su localidad, sólo así comenzarán a ser partícipes activos en la solución de sus propios problemas.

Dependiendo del nivel de organización social que posean las comunidades, podrán hacerle frente a situaciones problemáticas que ocurran en

su entorno, así como también podrán desarrollar su capacidad de propiciar estrategias encaminadas a la solución de esas crisis.

Las principales limitaciones en la elaboración del presente trabajo de grado fueron: el factor tiempo, la distancia espacial y en especial el factor económico debido a los gastos que implicaron el traslado hacia la zona de estudio y los costos de elaboración e impresión del periódico. De igual forma, el factor tiempo y la distancia espacial resultaron limitantes para la ejecución del proyecto, en especial en el diseño e impresión del periódico. Sin embargo, tales limitaciones no fueron determinantes a la hora de cubrir nuestro principal objetivo.

ANEXOS

Fecha: 18 -03-2008
De: Venciseditores R.L
Telf. (0414)-5596860-(0251)-2613398
Información: Ana De Sousa

Para su consideración nos permitimos enviar el siguiente

PRESUPUESTO.

De Edición e Impresión de Libros

Descripción	Precio Bs. F
Ejemplares: 100. Tamaño Tabloide 4 páginas 8 caras Papel alternativo Primera Edición Transcripción de textos y Diagramación Corrección de pruebas Coordinación editorial Cuidado de la edición	
TOTAL EDICIÓN	2.000 Bs. f
Presupuesto de Impresión y reproducción	
Fotolito e Impresión	
Transporte	
TOTAL PRODUCCIÓN	3.000 Bs. F
Total Bs. F	5.000 Bs. F

**Emitir cheque o depositar a nombre de
Cooperativa Venciseditores r.l.
Cuenta Corriente 010824168810100050186
Banco Provincial**

**Firma Autorizada
Ana Fátima Martinho**

Presupuesto válido por 35 días

Instrumento de Prueba:

Nombre:

C.I.:

Ocupación:

Sector de Residencia:

Encuesta n°1

1.- ¿Consultas algún medio de información (impreso o audiovisual) con frecuencia?

2.- ¿Qué medio de información consultas con mayor frecuencia?

3.- ¿Qué tipo de informaciones te gusta leer, ver o escuchar?

4.- ¿Consideras que estás realmente informado de los acontecimientos que se dan en tu comunidad?

5.- En una escala del 1 al 5 (donde 1: muy malo, 2: malo, 3: Regular, 4: Bueno, 5: **Muy Bueno**) ¿Cómo calificarías tu nivel de información?

Instrumento de Prueba:

Nombre:

C.I.:

Ocupación:

Sector de Residencia:

Encuesta n°2

1.- ¿Te gustaría que tu comunidad tuviera un periódico comunitario? **En caso de que su respuesta sea afirmativa pasar a la pregunta 2. De ser negativa finaliza la encuesta.**

2.- ¿Por qué te gustaría que tu comunidad contara con un periódico comunitario?

3.- ¿Qué tipo de informaciones te gustaría leer en un periódico comunitario?

4.- ¿Qué tipo de informaciones no te gustaría leer?

Instrumento Final

Nombre y Apellido:

C. I.:

Sector de Residencia:

Cuestionario n°1

Lea cuidadosamente las preguntas que se presentan a continuación y marque con una "X" la opción que considere conveniente.

1.- De crearse un periódico comunitario en su población ¿Qué formato le gustaría que tuviera?

a) Tabloide ()

b) Estándar ()

2.- ¿Qué periodicidad cree ud. que debería tener ese periódico comunitario?

a) Diario ()

b) Semanal ()

c) Quincenal ()

d) Mensual ()

3.- ¿En qué horario le gustaría que circulara el periódico?

a) Matutino ()

b) Vespertino ()

4.- ¿Te atraería alguna de estas secciones? **Se puede seleccionar más de una opción.**

a) Política ()

b) Comunidad ()

c) Salud ()

d) Cultura ()

e) Deporte ()

f) Todas ()

BIBLIOGRAFÍA

- Ayala, G. (1997). Comunicación y gestión Comunitaria: análisis de una experiencia: los productores de Dulce de El Corozo. Tesis de Licenciatura de Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela, Monagas-Venezuela.
- Balli, F. (1991). Comunicación y Sociedad: Evolución y Análisis comparativo de los medios; Traducción: Mauricio Vargas. Colombia: Tercer Mundo Editores.
- Benavides, J. Medios de comunicación comunitaria: entre los deseos y los espejismos de la ciudadanía
- Bonilla-Molina, L. y otros (2005). Herramientas para la participación (1era Edición). Venezuela.
- Carrizalez, C. (2006). La Escuela Nacional "Atures" de la Miel, 1946-1969. (1era Edición) Barquisimeto: Horizonte C.A.
- Coulon, A. (1988). La Etnometodología. Madrid : Edit. Cátedra.
- Cook, T. Y Reichard (1988). Métodos cualitativos y cuantitativos de investigación. Madrid: Morata.
- Cristóbal, A (2004). Las redes de comunicación popular en Venezuela ¿populares? ¿alternativas? ¿comunitarias?. Caracas: editorial Texto.
- Dragnic, O. (1994). Diccionario de comunicación social: con referencia al periodismo impreso. Caracas: editorial Texto.
- Escalona, J. (1987). Estudio sobre las necesidades de un medio de información para la población de Guacara. Tesis de Licenciatura de

Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela, Caracas-Venezuela.

- Ford, A. (1996). Navegaciones: comunicación, cultura y crisis (1era Edición) Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- González, A. y Rodríguez, C. (2006). Alas para tu voz. Ejercicios de ciudadanía desde una emisora comunitaria. Belén de Los Andaquíes. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Mimeo. Colombia
- Gumucio, A. (2006). La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: pálpito. Etcétera (56-67). México.
- Guzmán, M. (2004). Manual de periodismo estudiantil y comunitario: una herramienta para democratizar la comunicación. Tesis de Licenciatura de Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela, Caracas-Venezuela.
- Hernandez, R (1997) Metodología de la investigación. Ed. MacGraw-Hill, 3° ed, México, 705 pp.
- Lambeth, E. (1998). Introduction, en LAMBETH; MEYER; THORSON, Assessing Public Journalism, ob. cit., p.
- López, G. (1977). Comunicación y desarrollo comunal. Tesis de Licenciatura de Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela, Caracas- Venezuela.
- Milan, S. (2006) Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo. Investigación y desarrollo vol. 14, n° 2

- Pasquali, A. (1979). Comprender la comunicación. Monte Ávila Editores, Caracas, Venezuela.
- Ramírez, Nyria, Martínez, Martha y otros (2005). Sistematización de experiencias de comunicación ciudadana.:Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Mimeo. Bogotá, Colombia.
- Ramos, José (2006) La radio comunitaria en México: lecciones aprendidas y claves para el futuro. Santiago de los Caballeros (República Dominicana): Coloquio internacional sobre medios comunitarios, participación, sostenibilidad e identidad. Mimeo.
- Rodríguez, C. (2001) Fissures in the mediascape. An international study of citizens' media. Cresskill, New Jersey: Hampton Press, Inc. Sennett,
- Taylor, S. Y R Bodgan (1990). Introducción a los Métodos Cualitativos de investigación. Paidós. Buenos Aires, Argentina.
- Álvarez T, C. (1998). La ciudad del mañana. Del civismo periódico al periodismo cívico. Mediomundo, Año 2, N. 7, p. 19. Buenos Aires, Argentina.
- Urbarri, R. (2007). Medios comunitarios: el reto de formar (se) para la inclusión Revista COMUNICACIÓN del centro Gumilla No, 137. 1er trimestre de 2007.
- Villasante, T.R., Montañés, M., Martí, J.(2000) La investigación social participativa. El viejo topo. Madrid.
- Villasante, T.R., Montañés, M.,Martín,P.(2001)Prácticas locales de creatividad social. El viejo topo. Madrid.

- Villasante, T.R. (1998). Comunicación y socio-praxis, en Cuadernos de la Red, nº5, págs. 17-30.

Leyes consultadas:

- Ley de los Consejos Comunales. Publicada en gaceta oficial nº 5.806 (extraordinaria) de fecha 10 de abril del 2006.
- Ley de Ejercicio del Periodismo. Publicada en gaceta Oficial nº 4.819 de fecha 10 de diciembre de 1994.

Sitios Web:

- <http://www.medioscomunitarios.org/pag/index.php>
- <http://www.iarse.org/site/modules.php?name=News&file=article&sid=246>
- http://ponce.inter.edu/cai/reserva/lvera/INVESTIGACION_CUALITATIVA.pdf
- [http://www.elcastellano.org/manual.\(ricardo_soca\).html](http://www.elcastellano.org/manual.(ricardo_soca).html)