



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN (ES) PERIODISMO Y ARTES AUDIOVISUALES
TRABAJO ESPECIAL DE GRADO
AÑO ACADÉMICO 2008-2009

**ESTUDIO EXPLORATORIO DE LAS RADIOS
COMUNITARIAS HABILITADAS EN EL MUNICIPIO
GUAICAIPURO DEL ESTADO MIRANDA**

Autoras:

Mireya RODRÍGUEZ

Y

Aura VELAZCO

Tutora:

Carlota FUENMAYOR

Caracas, abril 2009



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN (ES) PERIODISMO Y ARTES AUDIOVISUALES
TRABAJO ESPECIAL DE GRADO
AÑO ACADÉMICO 2008-2009

**ESTUDIO EXPLORATORIO DE LAS RADIOS
COMUNITARIAS HABILITADAS EN EL MUNICIPIO
GUAICAIPURO DEL ESTADO MIRANDA**

Trabajo de Investigación presentado por:

Mireya RODRÍGUEZ

Y

Aura VELAZCO

a la

Escuela de Comunicación Social

Como un requisito parcial para obtener el título de
Comunicador Social

Profesora Guía:

Carlota FUENMAYOR

Caracas, abril 2009

Planilla de evaluación

Fecha: _____

Escuela de Comunicación Social
Universidad Católica Andrés Bello

En nuestro carácter de Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado:

**ESTUDIO EXPLORATORIO DE LAS RADIOS COMUNITARIAS HABILITADAS
EN EL MUNICIPIO GUAICAIPURO DEL ESTADO MIRANDA**

realizado por los estudiantes:

1	Mireya Carolina Rodríguez Da Silva
2	Aura Daniela Velazco Materán

que les permite optar al título de Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, dejamos constancia de que una vez revisado el mencionado trabajo y sometido éste a presentación y defensa públicas, se le otorga la siguiente calificación:

Calificación Final: En números _____ En letras: _____

Observaciones _____

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

Mireya Rodríguez Da Silva

A los precursores de mi conocimiento, entre ellos: Dios, mi madre, el amor de mi vida y mi hermana, quienes siempre me han acompañado

Aura Daniela Velazco Materán

A mis padres, para darles un pequeño motivo para que estén más orgullosos de mí

A mi abuela Mercedes, para que sonría desde el cielo y me dé su bendición

A Fernando, mi amor, quien también está próximo a graduarse, por las ganas de emprender nuevos retos juntos

A mi amiga y compañera de trabajo de grado, Mireya, por siempre apresurarse a hacer las cosas bien y rápido

A mis amigas de infancia, del colegio y ahora la de la universidad, por la promesa de una amistad eterna

Agradecimientos

A Dios, por guiarnos a escoger el mejor camino al éxito

A nuestros padres, por comprendernos, ayudarnos, aconsejarnos y preocuparse por todos nuestros problemas

A la Universidad Católica Andrés Bello, nuestra alma mater, por darnos el privilegio de aprender en sus aulas

A nuestros profesores, por transmitirnos conocimientos académicos y darnos lecciones de vida

A nuestros compañeros de clase, por entender nuestras angustias y siempre tener una palabra de aliento

A nuestra tutora, Carlota Fuenmayor, por su paciencia y colaboración

A la profesora Aura Elena Materán, por ayudarnos a ordenar nuestras ideas

A nuestros profesores Jorge Ezenarro, Romina Pereira y Diana Montero por sus valiosas sugerencias

A María José Abatemarco, líder de proyecto del departamento de acompañamiento técnico de CONATEL, por su desinteresada disposición a responder nuestras preguntas

A los fundadores de las radios habilitadas en el municipio Guaicaipuro, por la
información suministrada

A los integrantes de las comunidades por dedicarnos parte de su tiempo y
responder cada una de nuestras interrogantes

A todas aquellas personas que de una u otra manera colaboraron con la
realización de este trabajo

“Estudio exploratorio de las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda”

Mireya Rodríguez y Aura Velazco, Trabajo de Grado, 2009

Resumen:

Las radios comunitarias nacen como una herramienta para darle mayor participación a las clases más desposeídas e ignoradas del mundo; sin embargo, poco se ha estudiado este fenómeno en el país. Este trabajo consiste en un estudio exploratorio de las cuatro radios comunitarias habilitadas por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda. La finalidad es explorar cómo funciona esta cadena comunicacional y si estos medios constituyen una alternativa para solucionar los problemas que afectan a las comunidades que representan. Igualmente se investiga, mediante observación directa, entrevistas y encuestas, si los miembros de la comunidad se sienten tomados en cuenta por dichas emisoras y si la posición política de los fundadores y/o directivos de las estaciones estudiadas influye en la programación.

Palabras claves: radio comunitaria, comunidad, denuncias, problemas, alternativa comunicacional, CONATEL

Abstract:

The community radio stations were founded with the idea of giving the communities a chance to express themselves. This has been an issue that has not been studied so far in our country. This dissertation consists in an investigation of four community radio stations authorized by the National Commission of Communications

(CONATEL), in Miranda's Guaicaipuro County. Our goal is to find out how these radios work and if those radios can be considered as an alternative to solve the communities problems. We also investigated by direct observation, interviews and polls, if the habitants of those communities feel that their problems are broadcasted in the radios and also if the political views of the directors of the stations are a factor in the programs offered.

Keywords: community radio, community, complaints, problems, communicational alternative, CONATEL

ÍNDICE GENERAL

Dedicatorias	2
Agradecimientos	3
Resumen (abstract)	5
Introducción	7
1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.1.- Descripción del problema	9
1.2.- Formulación	10
1.3.- Delimitación	11
1.4.- Justificación	11
1.5.- Recursos disponibles y factibilidad	12
2.- MARCO TEÓRICO	13
2.1.- La comunicación	13
2.1.1.- Comunicación comercial	13
2.1.2.- Comunicación alternativa	14
2.1.3.- Comunicación alternativa en Venezuela	17
2.2.- La radio	18
2.2.1.- Tipos de programación	19
2.2.2.- Radio comunitaria	20
2.2.3.- Breve reseña histórica de las primeras radios con fines comunitarios en América Latina	21
2.2.3.1.- En Colombia	21
2.2.3.2.- En Bolivia	22
2.2.3.3.- En Venezuela	23
2.2.3.4.- Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC)	25
2.3.- Parcialidad vs Independencia	25

3.- MARCO REFERENCIAL	28
3.1.- Ley Orgánica de Telecomunicaciones	28
3.2.- Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público, sin fines de lucro	30
3.3.- Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión	30
3.4.- Radio comunitarias en Venezuela	32
3.4.1.- Pasos para establecer una radio comunitaria	33
3.4.2.- Principios fundamentales	34
3.4.2.1.- Directivos de las Fundaciones Comunitarias	34
3.4.2.2.- Pluralidad en la programación	35
3.4.2.3.- Separación Medio y Mensaje	35
3.4.2.4.- Capacitación	36
3.4.2.5.- Publicidad	36
3.4.2.6.- Propaganda	37
3.4.2.7.- Patrocinio	37
3.5.- Radios comunitarias en el municipio Guaicaipuro, estado Miranda	38
3.5.1.- Historia común	38
3.5.2.- La Voz de Guaicaipuro 102.9 FM	40
3.5.2.1.- Programación	40
3.5.2.2.- Publicidad	43
3.5.2.3.- Actividades	43
3.5.2.4.- Denuncias-logros	44
3.5.2.5.- Parcialidad vs. Independencia	44
3.5.2.6.- Aspectos técnicos	45
3.5.3.- San Diego 95.1 FM	46
3.5.3.1.- Programación	46
3.5.3.2.- Publicidad	48
3.5.3.3.- Actividades	49
3.5.3.4.- Denuncias-logros	49
3.5.3.5.- Parcialidad vs. Independencia	50

3.5.3.6.- Aspectos técnicos	51
3.5.4.- Yoraco 94.5 FM	51
3.5.4.1.- Programación	52
3.5.4.2.- Publicidad	54
3.5.4.3.- Actividades	54
3.5.4.4.- Denuncias-logros	54
3.5.4.5.- Parcialidad vs. Independencia	55
3.5.4.6.- Aspectos técnicos	56
3.5.5.- Salvemos La Montaña 109.3 FM	56
3.5.5.1.- Programación	57
3.5.5.2.- Publicidad	57
3.5.5.3.- Actividades	57
3.5.5.4.- Denuncias-logros	58
3.5.5.5.- Parcialidad vs. Independencia	58
3.5.5.6.- Aspectos técnicos	58
4.- MÉTODO	60
4.1.- Objetivos	60
4.1.1.- Objetivo general	60
4.1.2.- Objetivos específicos	60
4.2.- Preguntas de la investigación	60
4.3.- Tipo de investigación	61
4.4.- Diseño de la investigación	61
4.5.- Operacionalización	62
4.5.1.- Dimensiones e indicadores	62
4.5.2.- Cuadro técnico-metodológico de los objetivos	63
4.6.- Elaboración de instrumentos para recolección de información.....	66
4.6.1.- Selección	66
4.6.2.- Diseño	67
4.6.3.- Validación	67
4.6.4.- Ajuste	68

4.7.- Diseño del plan operativo de muestreo	68
4.7.1.- Definición de la población de interés	68
4.7.2.- Método de recolección de datos	68
4.7.3.- Escogencia del marco de muestreo	69
4.7.4.- Selección del método de muestreo	70
4.7.5.- Determinación del tamaño de la muestra	71
4.7.6.- Elección de los elementos de la muestra	71
4.7.7.- Ejecución del plan	72
5.- DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	73
5.1.- Logística del trabajo de campo	73
5.2.- Recolección de datos	73
5.3.- Codificación y vaciado de respuestas	75
5.4.- Interpretación de resultados	77
5.4.1.- Resultados generales	77
5.4.1.1.- Datos de identificación N° 1: Nombre de los encuestados	77
5.4.1.2.- Datos de identificación N° 2: Sexo o género de los encuestados	78
5.4.1.3.- Datos de identificación N° 3: Edades de los encuestados	79
5.4.1.4.- Datos de identificación N° 4: Domicilio del encuestado	80
5.4.1.5.- Datos de identificación N° 5: ¿Pertenece al consejo comunal?	81
5.4.1.6.- Datos de identificación N° 6: ¿Sabe el nombre de la radio comunitaria de su sector?	82
5.4.1.7.- Ítem N° 1: ¿Escucha la radio comunitaria de su sector?	83
5.4.1.8.- Ítem N° 2: ¿Se siente tomado en cuenta por la radio de su comunidad?	84

5.4.1.9.- Ítem N° 3: ¿Se ha comunicado con la radio comunitaria de su zona?	85
5.4.1.10.- Ítem N° 4: ¿Ha asistido personalmente a la radio comunitaria de su zona?	86
5.4.1.11.- Ítem N° 5: ¿Ha formulado denuncias en la radio comunitaria de su zona?	87
5.4.1.12.- Ítem N° 6: Gracias a las denuncias que han hecho (usted u otras personas) en la radio comunitaria de su sector, ¿Las autoridades han resuelto alguno de los problemas denunciados?	88
5.4.1.13.- Ítem N° 7: ¿Qué clase de temas cree que debe difundir la radio comunitaria de su zona?	89
5.4.1.14.- Ítem N° 8: ¿En la radio comunitaria de su sector comunican lo que realmente está ocurriendo en la comunidad?	90
5.4.1.15.- Ítem N° 9: ¿Cree que las radios comunitarias deben estar parcializadas hacia una tendencia político-partidista?	91
5.4.1.16.- Ítem N° 10: ¿La radio comunitaria de su sector está politizada?	92
5.4.2.- Comparación de los resultados obtenidos en cada una de las radios estudiadas	93
5.4.3.- Cruces de resultados	94
6.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	98
6.1.- Conclusiones	98
6.2.- Recomendaciones	100
6.2.1.- A CONATEL	100
6.2.2.- A los fundadores y/o directivos de las radios comunitarias	101
6.2.3.- A los integrantes de la comunidad	101
6.2.4.- A los profesionales de la comunicación y afines	102
7.- FUENTES CONSULTADAS	103
7.1.- Bibliográficas	103

7.2.- Hemerográficas	104
7.3.- Electrónicas	104
8.- GLOSARIO	106
9.- ANEXOS	111
9.1.- ANEXO A. Guía de entrevista a experto de Conatel	112
9.2.- ANEXO B. Guía de entrevista a fundadores de la radio comunitaria	115
9.3.- ANEXO C. Cuestionario cerrado (encuesta) para integrantes de la comunidad	118
9.4.- ANEXO D. Transcripción de entrevista a Líder de proyecto del departamento de Acompañamiento Técnico de Conatel, María José Abatemarco	121
9.5.- ANEXO E. Transcripción de entrevista al presidente de la radio La Voz de Guaicaipuro, Eleazar Jiménez	129
9.6.- ANEXO F. Fotos de las instalaciones de La Voz de Guaicaipuro	137
9.7.- ANEXO G. Transcripción de entrevista a la coordinadora de la Radio San Diego, Graciana Ricabarra	142
9.8.- ANEXO H. Foto de las instalaciones de Radio San Diego	152
9.9.- ANEXO I. Transcripción de entrevista al presidente de la Radio Yoraco, Hipólito Torres	154
9.10.- ANEXO J. Fotos de las instalaciones de Yoraco	163
9.11.- ANEXO K. Transcripción de entrevista al presidente de la Radio Salvemos La Montaña, Aníbal Carrasco	166
9.12.- ANEXO L. Fotos de las instalaciones de Salvemos La Montaña	171
9.13.- ANEXO M. Tabla y Gráfico del cruce del dato de identificación de domicilio con el ítem N° 1	174
9.14.- ANEXO N. Tabla y Gráfico del cruce del dato de	

identificación de pertenencia al consejo comunal con el ítem N° 1	176
9.15.- ANEXO O. Tabla y Gráfico del cruce del dato de identificación del nombre de la radio comunitaria y el ítem N° 1	178
9.16.- ANEXO P. Tabla y Gráfico del cruce de los ítems N° 1 y 2	180
9.17.- ANEXO Q. Tabla y Gráfico del cruce de los ítems N° 1 y 6 ...	182
9.18.- ANEXO R. Tabla y Gráfico del cruce de los ítems N° 1 y 8 ...	184
9.19.- ANEXO S. Tabla y Gráfico del cruce de los ítems N° 5 y 7	186
9.20.- ANEXO T. Tabla y Gráfico del cruce de los ítems N° 1 y 10 ...	188
9.21.- ANEXO U. Tabla y Gráfico del cruce de los ítems N° 9 y 10 ..	190

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. Programación de la mañana de La Voz de Guaicaipuro (diciembre, 2008)	41
TABLA 2. Programación de la tarde de La Voz de Guaicaipuro (diciembre, 2008).....	41
TABLA 3. Programación de la noche de La Voz de Guaicaipuro (diciembre, 2008)	42
TABLA 4. Programación de Radio San Diego (diciembre, 2008)	47
TABLA 5. Programación de Yoraco (diciembre, 2008)	52
TABLA 6. Cuadro técnico-metodológico para el primer objetivo específico	63
TABLA 7. Cuadro técnico-metodológico para el segundo objetivo específico	64
TABLA 8. Cuadro técnico-metodológico para el tercer objetivo específico	65
TABLA 9. Datos del nombre de los encuestados	77
TABLA 10. Datos del sexo de los encuestados	78
TABLA 11. Datos de las edades de los encuestados	79
TABLA 12. Datos del domicilio de los encuestados	80
TABLA 13. Datos de la pertenencia de los encuestados al consejo comunal	81
TABLA 14. Datos del conocimiento del nombre de la radio comunitaria .	82
TABLA 15. Datos de los encuestados que escuchan la radio comunitaria .	83
TABLA 16. Datos de los encuestados que se sienten tomados en cuenta por la radio comunitaria	84
TABLA 17. Datos de los encuestados que se han comunicado con la radio comunitaria	85
TABLA 18. Datos de los encuestados que han asistido a la radio comunitaria	86

TABLA 19. Datos de los encuestados que han formulado denuncias en la radio comunitaria	87
TABLA 20. Datos de los problemas denunciados y solucionados	88
TABLA 21. Datos de los temas que los consultados creen que deben difundir las radios comunitarias	89
TABLA 22. Datos de la coherencia entre lo que comunica la radio comunitaria y lo que ocurre en la comunidad	90
TABLA 23. Datos de la creencia de los consultados sobre si las radios comunitarias deben estar parcializadas	91
TABLA 24. Datos de la politización de la radio comunitaria	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. Distribución porcentual de los datos del nombre de los encuestados	77
GRÁFICO 2. Distribución porcentual de los datos del sexo de los encuestados	78
GRÁFICO 3. Distribución de las edades de los encuestados	79
GRÁFICO 4. Distribución porcentual de los datos del domicilio de los encuestados	80
GRÁFICO 5. Distribución porcentual de los datos de la pertenencia de los encuestados al consejo comunal	81
GRÁFICO 6. Distribución porcentual de los datos del conocimiento del nombre de la radio comunitaria	82
GRÁFICO 7. Distribución porcentual de los datos de los encuestados que escuchan la radio comunitaria	83
GRÁFICO 8. Distribución porcentual de los datos de los encuestados que se sienten tomados en cuenta por la radio comunitaria	84
GRÁFICO 9. Distribución porcentual de los datos de los encuestados que se han comunicado con la radio comunitaria	85
GRÁFICO 10. Distribución porcentual de los datos de los encuestados que han asistido a la radio comunitaria	86
GRÁFICO 11. Distribución porcentual de los datos de los encuestados que han formulado denuncias en la radio comunitaria	87
GRÁFICO 12. Distribución porcentual de los datos de los problemas denunciados y solucionados	88
GRÁFICO 13. Distribución porcentual de los datos de los temas que los consultados creen que deben difundir las radios comunitarias	89
GRÁFICO 14. Distribución porcentual de los datos de la coherencia entre lo que comunica la radio comunitaria y lo que ocurre en la comunidad	90

GRÁFICO 15. Distribución porcentual de los datos de la creencia de los consultados sobre si las radios comunitarias deben estar parcializadas	91
GRÁFICO 16. Distribución porcentual de los datos de la politización de la radio comunitaria	92

INTRODUCCIÓN

La comunicación alternativa en América Latina alcanzó gran importancia a partir de mediados de la década de los 70. Para entonces se puso de manifiesto, esencialmente, en los programas políticos de diversos gobiernos del mundo. No obstante, este concepto se venía gestando desde antes, como una forma de darle mayor participación a los más desposeídos y, por consiguiente, de reivindicar el derecho de los pueblos a defender su identidad cultural, rompiendo con el monopolio establecido por los medios masivos.

Con respecto a la radio, específicamente, fue en Sutatenza, Colombia, en 1947, cuando se empezó a usar una emisora para impulsar la “Educación Fundamental Integral”. La finalidad del proyecto fue utilizar la alfabetización para resolver, en cierta medida, los problemas de los pueblos de Latinoamérica, es decir, vieron la educación como una herramienta para el desarrollo social. A la par con estos proyectos comunicacionales en el exterior, en el territorio nacional nació Radio Occidente en Mérida, primero en el sector de Canaguá (1952) y luego en Tovar (1961). Más tarde surgió, en 1975, el Instituto Radiofónico Fe y Alegría.

En Venezuela aún existen escasas fuentes documentales acerca de las radios comunitarias, tanto de carácter teórico como de la exposición de casos (experiencias). Vale destacar que la legislación referida a estos medios alternativos no aparece hasta el nuevo milenio.

El presente trabajo viene a contribuir, en pequeña escala, a ampliar la investigación de este fenómeno en el país y, específicamente, consiste en un estudio exploratorio de las radios comunitarias habilitadas por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), en el municipio Guacaipuro del estado Miranda. La finalidad es observar cómo funcionan las emisoras seleccionadas, si los miembros de la comunidad se sienten tomados en cuenta por

dichas emisoras, si la posición política de los fundadores y/o directivos influye en la programación y, principalmente, si estos medios constituyen una alternativa comunicacional que contribuya a solucionar los problemas de las comunidades que representan.

Con el propósito de obtener información útil para este estudio, se hizo la respectiva consulta bibliográfica y se realizaron entrevistas a un representante de CONATEL, a los directivos de las emisoras y encuestas a los integrantes de cada una de las comunidades donde funcionan dichas estaciones radiales. La información obtenida contribuyó a responder las interrogantes planteadas y a arribar a ciertas conclusiones y recomendaciones que pueden servir como punto de referencia, a futuras investigaciones acerca de las radios comunitarias en nuestro país.

1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.- Descripción del problema

Las radios comunitarias en América Latina tienen aproximadamente medio siglo en funcionamiento y han obtenido éxito y sintonía como ejemplos de la importancia de la comunicación en la sociedad.

Según el director del Programa de Legislación y Derecho de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (Amarc), Gustavo Gómez, en una entrevista que le realizó el diario El Mundo en el 2002, el modelo de emisoras alternativas llegó tarde a Venezuela en comparación a otros países de Latinoamérica, “pero eso no significa que sean un invento del Presidente de la República, Hugo Chávez”, enfatizó.

De igual forma, Gómez reconoció que el papel de las radios comunitarias en los acontecimientos del 11, 12 y 13 de abril de 2002 desencadenó que sean reconocidas con mayor intensidad actualmente; sin embargo, durante su visita al país percibió la notable desconfianza que una cantidad significativa de venezolanos refleja hacia este modelo de comunicación.

Los medios de comunicación alternativos fueron pensados y diseñados para aportar sus esfuerzos a la construcción de ciudadanía. El ciudadano se define por su pertenencia al espacio público. Una identidad que parte de una situación de igualdad, real o potencial, del sujeto y que hace a su existencia dentro de la sociedad. Ser ciudadano es ser sujeto de construcción pública con otros. Se es actor en la creación de espacios, intereses, imágenes y discursos.

Dentro de las radios comunitarias las formas de exclusión no pueden tener cabida ya que afectan la participación pública y niegan los valores de la

heterogeneidad y la diversidad como temas fundamentales para la construcción de ciudadanía.

Los objetivos sociales por los que debe luchar una radio comunitaria son los que la distinguen de una emisora comercial, más allá de la cobertura, características técnicas, propiedad del medio o anuncios comerciales. Estos medios fueron creados para orientar su quehacer diario al servicio de la comunidad.

De esta manera, la finalidad de este Trabajo de Grado es explorar si las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda cumplen su misión de servicio público sin fines de lucro, específicamente difundiendo los problemas que aquejan a las comunidades que representan, para que las autoridades se den por enteradas y actúen al respecto.

1.2.- Formulación del problema

La presente investigación espera despejar las siguientes interrogantes: ¿Las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda constituyen una alternativa comunicacional para solucionar los problemas de la comunidad que representan? ¿Estas emisoras habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda cumplen con su labor esencial de receptoras y divulgadoras de las denuncias de los problemas de la comunidad? ¿Los integrantes de las comunidades de las parroquias estudiadas perciben a sus radios comunitarias como aliadas a la hora de solucionar situaciones que los afectan? ¿Las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda son realmente comunitarias o, por el contrario, propagandísticas? Éstas son preguntas que necesitan ser respondidas y documentadas porque es muy poco lo que se ha estudiado este fenómeno en el país.

1.3.- Delimitación

La delimitación de este Trabajo de Grado se realizó de acuerdo con los siguientes parámetros:

a) Espacial:

Radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro, estado Miranda, donde se pretende sondear su aporte a la solución de los problemas que aquejan a la comunidad.

b) Temporal:

La recolección, interpretación y transcripción de datos se realizó desde febrero de 2008 hasta marzo de 2009.

1.4.- Justificación

Realizar este proyecto es importante porque el fenómeno de las radios comunitarias en los últimos años ha tenido un auge en Venezuela, el cual ha sido poco estudiado. Algunos trabajos de investigación anteriores han tocado este tema; sin embargo, en la zona delimitada para los fines de esta exploración no existe ningún estudio, por lo que no hay antecedentes.

Igualmente, es relevante llevar a cabo esta investigación porque la puesta en funcionamiento de estas emisoras de servicio público abrió un espacio comunicativo para los sectores más pobres del país y es interesante saber cómo, cuándo, dónde y para qué son utilizados, pues aunque todas las comunidades pueden tener problemas similares, también poseen características y necesidades específicas que bien podrían ser satisfechas, hasta cierto punto, desde el punto de vista comunicacional.

1.5.- Recursos disponibles y factibilidad

Para lograr los objetivos de este estudio se contó con el conocimiento adquirido en la universidad sobre cómo debe funcionar este tipo de medios y con la curiosidad de acercarse directamente al fenómeno de las radios comunitarias.

Asimismo, fue factible llevarlo cabo porque nada es imposible cuando se tienen las intenciones de hacer las cosas bien. Este proyecto no tiene como finalidad cambiar el mundo y convertirlo de un día para otro en el sitio ideal para vivir, simplemente, intenta colaborar con un granito de arena en el campo de la comunicación para que generaciones posteriores puedan contar con radios comunitarias que funcionen de la manera más idónea posible.

Por último, este Trabajo de Grado requirió de la participación de dos alumnos de Comunicación Social que, pertenecen a menciones distintas (periodismo y audiovisual), para tener una visión más amplia de lo que se estudió. Es decir, el periodista analizó los contenidos que se presentan en las radios comunitarias y el especialista en audiovisual se enfocó en estudiar los recursos técnicos con que cuentan estos medios para transmitir sus mensajes. Al final, los habitantes de las comunidades fueron los verdaderos jueces de las radios comunitarias de su sector.

2.- MARCO TEÓRICO

2.1.- La comunicación

La comunicación es un circuito de intercambio de mensaje en el cual un emisor produce un enunciado, codifica un mensaje al realizar un acto lingüístico, organiza la información según las reglas del código que sea común al interlocutor. El mensaje circula por un canal y llega al destinatario, quien codifica el mensaje, pudiendo emitir una respuesta, lo cual se conoce como retroalimentación del proceso (CABRERA y PELAYO, 2001, p. 159).

Según Mario Kaplún, “la verdadera comunicación no comienza hablando sino escuchando. La principal condición del buen comunicador es saber escuchar”. Lo que quiere decir con esto es que los destinatarios esperan que le hablen de temas de su interés –que puedan beneficiarlos o perjudicarlos- y por eso todo comunicador debe tener muy claro quién lo escucha (KAPLÚN, 1985, p. 115 y 118).

2.1.1.- Comunicación comercial

La comunicación comercial es una herramienta de intercambio masivo, donde tienen lugar la publicidad, la promoción de ventas y las relaciones públicas. En todas ellas el papel es el de comunicar a individuos o a grupos u organizaciones, mediante la información o la persuasión, una oferta que directa o indirectamente satisfaga la relación de intercambio entre oferentes y demandantes. El modelo comunicativo comercial considera al público como un consumidor potencial, pasivo y silencioso (O’SULLIVAN, 1989, p. 9).

La publicidad es la forma pagada de presentación y promoción de ideas, bienes y servicios. A través de ésta es que la comunicación comercial en los

distintos medios impresos, radioeléctricos o electrónicos puede mantenerse y, a la vez, convertirse en un negocio.

2.1.2.- Comunicación alternativa

En América Latina, el término comunicación alternativa empezó a adquirir un alto grado de significación aproximadamente en 1975. Se encontraba en resoluciones de organizaciones internacionales, en informes de especialistas de la comunicación y en planes políticos de algunos gobiernos (O'SULLIVAN, 1989, p. 7). Nace como una antítesis al monopolio de la comunicación e información.

El uso social de la comunicación alternativa no comenzó, precisamente, en el área cultural ni comunicacional, sino en el entorno político de izquierda, que buscaba nuevas opciones de poder. De esta forma, este tipo de comunicación surge como respuesta a la necesidad de “reestructurar la sociedad, desburocratizar el Estado y los partidos, y explorar otros modelos económico-políticos y culturales” (AGUIRRE, 1981, p. 60).

Las formulaciones iniciales en torno a un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) “surgieron del Movimiento de Países No Alineados, como una reivindicación del derecho de los pueblos a defender su identidad cultural” (O'SULLIVAN, 1989, p. 21). La UNESCO (siglas en inglés de United Nations Educational Scientific and Cultural Organization) formó una Comisión Internacional para estudiar los problemas de la comunicación, llamada “Comisión Mc Bride”, en homenaje a su presidente.

Entre las diferentes ideas desarrolladas en el informe de la Comisión Mc Bride se relacionan los conceptos de democracia, derechos humanos y Estado con el de comunicación. La conclusión principal de este texto fue que la persona dejara de ser un simple objeto de la comunicación y se convirtiera en un elemento activo de ella (O'SULLIVAN, 1989, p. 22). Esto se logra incluyéndola en la

producción y distribución de mensajes, los cuales pueden ser de calidad si los más desposeídos son formados para desarrollar su capacidad comunicacional.

La teoría de la comunicación alternativa plantea como principales retos sociales: “la satisfacción de las necesidades básicas, el crecimiento endógeno, el equilibrio ecológico y las transformaciones estructurales” (AGUIRRE, 1981, p. 61). Es decir, que se generen procesos amplios orientados hacia la igualdad y la justicia sociocultural, económica y política. No sólo depende de la voluntad de los gobernantes, sino de que la misma sociedad no sea conformista y se revele al modelo comunicativo que considera al público esencialmente como “consumidor material”, pasivo y silencioso (O’SULLIVAN, 1989, p. 9).

“La comunicación alternativa supone una sociedad distinta, una sociedad participativa donde el diálogo y la cooperación solidaria promuevan la organización de la sociedad, particularmente del sector marginado” (O’SULLIVAN, 1989, p. 24). Para lograr esto es necesario tomar en cuenta tres conceptos fundamentales: acceso, participación y autogestión.

El acceso sugiere la capacidad del público de acercarse a los sistemas comunicacionales, tanto en la escogencia como en la retroinformación. La existencia de una interacción constante. La participación implica el compromiso del público en la planificación, producción y gerencia de los sistemas comunicacionales. Mientras que la autogestión es la forma más avanzada de participación, pues los que antes eran oyentes, ahora están plenamente involucrados en las políticas de comunicación y en los programas (O’SULLIVAN, 1989, p. 25-27).

Por consiguiente, el proceso de la comunicación alternativa tiene tres momentos claves:

a) Las experiencias marginales: surgen espontáneamente iniciativas de comunicación caracterizadas por ser organizaciones sociales que realizan un flujo comunicativo horizontal, desarrollan la producción de mensajes a niveles artesanales o semi-industriales y circulan por un mercado informal paralelo al sistema regular de los medios tradicionales. Habitualmente son llamados medios clandestinos.

b) El proyecto comunicacional: dos requisitos permiten superar la etapa de marginalidad de la comunicación alternativa. Uno es la elaboración de un proyecto integral asumido por las fuerzas sociales revolucionarias. El otro, la coordinación de iniciativas existentes y su desarrollo en función de los objetivos estratégicos.

c) La comunicación democrática: es la construcción de una sociedad auténticamente democrática a través de la democratización de las comunicaciones, es decir, que la comunicación alternativa sea una respuesta global de reemplazo a lo que se venía haciendo en esta materia (AGUIRRE, 1981, p. 82).

Para elaborar el proyecto comunicacional alternativo es necesario conocer las principales características del modelo de gobierno imperante. Estas son: a) La preeminencia de la propiedad y el control privado de los medios masivos, aunque coexista con la propiedad estatal y/o de las organizaciones sociales. b) El financiamiento decisivamente publicitario de la operación de medios, lo que determina su dependencia de los anunciantes. c) La restricción en el acceso a los emisores. d) Los flujos verticales unidireccionales. e) La producción industrial de los mensajes (AGUIRRE, 1981, p. 83).

No obstante, los propulsores de la comunicación alternativa no sólo deben luchar por crear nuevos medios donde subsista la horizontalidad multilateral, sino que tienen que introducir este modelo en los medios masivos tradicionales. La

educación para las comunicaciones desde el sistema escolar formal, la capacitación comunicacional en las organizaciones sociales, la asistencia técnica para el uso de aquellas tecnologías aptas para este modelo, en fin, la formación de nuevos profesionales comprometidos con lo social, son algunos pasos importantes para alcanzar la diferencia (AGUIRRE, 1981, p. 83).

En resumen, la comunicación alternativa requiere: la construcción de un Estado democrático que no excluya a las comunicaciones del control de la soberanía popular; el desarrollo de un proceso de democratización económico y social y el establecimiento de la igualdad de oportunidades de acceso, financiamiento y perfeccionamiento de todas las clases sociales.

2.1.3.- Comunicación alternativa en Venezuela

Aunque algunos autores tratan los conceptos de comunicación popular, alternativa o comunitaria por separado. En Venezuela tales conceptos se manejan en conjunto, según el Sistema Público Nacional de este tipo de medios. La ecología también es un término que utilizan habitualmente.

Según este sistema, los medios alternativos y comunitarios y demás comunicadores populares, son vehículos de un mensaje transformador dirigido al desarrollo de una consciencia social, que recupera el espacio público y permite ejercer soberanía popular, sobre la comunicación privada dominante, en un contexto de participación, articulación y democratización del hecho comunicacional (Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información, 2008, p. 15).

El Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información, a través de este método de acompañamiento, tiene como objetivo que todo contenido producido por comunicadores populares, se oriente a la facilitación de procesos de enseñanza-aprendizaje, desde las experiencias locales, con la

intención de socializar el conocimiento y la práctica de la comunicación popular, alternativa y comunitaria, para crear sujetos críticos y no receptores pasivos de los mensajes. Los contenidos transmitidos por este tipo de medios han de impulsar la contraloría social, la crítica constructiva y el seguimiento de la denuncia hasta la solución para el bienestar colectivo.

2.2.- *La radio*

La radio es un medio de difusión masivo; de hecho, algunos lo consideran el que tiene mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales en el mismo momento en que ocurren los hechos. Establece un contacto más personal, porque ofrece al radioescucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo. “Según las estadísticas, el 91,33% de los hogares cuenta, al menos, con un receptor de radio. Y si se descuenta el atípico caso de Paraguay (40%), la penetración sube al 94,53%” (LÓPEZ, artículo facilitado por el autor por correo electrónico en abril 7, 2009).

Este tipo de medio es un proceso armónico, que permite la comunicación sin retorno por el mismo medio, desde un punto denominado emisor dirigido a otro posible punto llamado receptor, para lo cual se requiere del uso de un aparato mecánico y electrónico. A partir de aquí se suma el concepto de colectivo, porque la radio tiene la posibilidad de llegar a una masa, lo que la convertiría en medio masivo de comunicación. “Curiosamente la forma como se presenta la radio al escucha es individualizante: hablo contigo, te estoy hablando a ti” (CASTRO, 2001, p. 13).

La importancia de la radio como medio de difusión, se concentra principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en sí, ya que, posee una calidad íntima, que la mayoría de los otros medios no tiene, es decir, llega a los rincones de cualquier hogar, oficina y acompaña a las personas en su automóvil o en una unidad colectiva de transporte público.

2.2.1.- Tipos de programación

Comercial: consiste en adquirir y transmitir una programación que cueste lo menos posible, pero de la que se puede extraer los mayores beneficios, ofertando a los anunciantes y patrocinadores el acceso al más amplio número de consumidores potenciales. El objetivo es alcanzar la mayor cantidad de consumidores de un tipo particular (LEWIS y BOOTH. 2007. Disponible en la web en www.vivalaradio.org en mayo 28, 2008).

Educativa: de las diferentes experiencias que emplean la radio con fines educativos en Latinoamérica, las relacionadas con la Iglesia católica son las más antiguas y constantes. Siguen una mística de servicio estrechamente ligada a las causas populares (PEPPINO, 1999, p.p. 36 y 37).

Popular: a diferencia de la denominada alternativa, no se limita a exponer experimentos de comunicación al margen del modelo dominante, sino que pretende adentrarse en la realidad, explorando las contradicciones de las comunidades populares para buscar, desde su origen, las mejores opciones de organización política y cultural, que aumenten la eficacia de las prácticas comunicativas. Intenta crear o incrementar los espacios de participación de los ciudadanos en la creación de formas y contenidos nuevos, para el mejoramiento social (PEPPINO, 1999, p.38).

Comunitaria: es la que se entrega a la comunidad, cuando atiende sus gustos y necesidades. Lo comunitario se entiende como un estilo de vida, de pensamiento, de relación con el público; “no se puede decidir *ser comunitario* a priori”. Es una construcción cotidiana con avances y retrocesos, con aciertos y errores (PEPPINO, 1999, p. 42).

2.2.2.- *Radio comunitaria*

A una radio comunitaria no la define la cobertura (Mayor o menor potencia), ni sus características técnicas (AM, FM, OC-onda corta), ni la propiedad del medio (de una comunidad, una ONG, una iglesia, un grupo de jóvenes, una organización de mujeres), ni el modo de producción (profesional o aficionado), ni siquiera del de transmitir o no anuncios comerciales en la programación. Lo que la distingue es la esencia de lo comunitario: los objetivos sociales por los que lucha. Mientras las emisoras comerciales tienen una finalidad lucrativa y las estatales una propagandística, las radios comunitarias orientan su quehacer diario al servicio de la comunidad (LÓPEZ, 1996. p.p. 51-56).

Siguiendo el mandato recibido en el Plan de Acción de Santiago de Chile y en su Programa y Presupuesto aprobados para el 2000-2001, la UNESCO propicia con este documento una mejor comprensión de las radios comunitarias. De esta forma, propone que la figura jurídica que mejor define a una radio comunitaria es la de empresa privada sin fines de lucro. Empresa, pues son organizaciones con fines legítimos que cuentan con personería jurídica y respetan la normativa técnica, legal y administrativa de cada país. Privadas, porque no son parte del Estado ni dependen de ningún gobierno, es decir, pueden trabajar con instituciones municipales y nacionales, pero son independientes de éstas. Y no tienen fines de lucro, pero esto no significa que las radios comunitarias no puedan tener ingresos y consolidar su economía. Sin fines de lucro no equivale a con fines de pérdidas (LÓPEZ, artículo facilitado por el autor por correo electrónico en abril 7, 2009).

Con esta breve definición, las radios comunitarias se ubican en lo que hoy se conoce como el Tercer Sector y toman distancia tanto del Estado como del Mercado. Este sector, basado en los valores de la ciudadanía, moviliza la dimensión voluntaria y solidaria del comportamiento humano.

Existen en América Latina aproximadamente mil radios que se pueden considerar comunitarias, educativas, populares o ciudadanas. Sus objetivos políticos de transformación social, de búsqueda de un sistema justo, con vigencia de los derechos humanos, con acceso y participación de las mayorías en el poder, son características que permiten identificarlas. Se reconocen también por ser sin fines de lucro. Esto no les impide crecer, intentando una inserción en el mercado (VILLAMAYOR y LAMAS, 1998. Disponible en la web en <http://alc.amarc.org> en junio 2, 2008).

“Habría que decir que en comunicación popular no existen reglas fijas ni inmutables. Todo se puede hacer” (KAPLÚN, 1985, p.263). Sólo que se debe utilizar la creatividad para elegir la opción más pedagógica y eficaz para una situación y comunidad determinada.

2.2.3.- Breve reseña histórica de las primeras radios con fines comunitarios en América Latina

En América Latina existen más de 30 mil transmisores de radio, tanto en AM como en FM, enviando sus mensajes a millones de receptores, alcanzando, prácticamente, a todos los habitantes de la región. “Ningún otro continente cuenta con un proporción tan alta de emisoras en relación con su población” (LÓPEZ, artículo facilitado por el autor por correo electrónico en abril 7, 2009).

2.2.3.1.- En Colombia:

Fue en Sutatenza, Colombia, en 1947, cuando se empezó a utilizar la radio como un medio para lo que se llamó “Educación Fundamental Integral”. La educación (entendida como aprender a leer y escribir) era un elemento muy importante para el desarrollo de los pueblos, los cuales según el ideólogo de este

proyecto, el Padre José Joaquín Salcedo, seguían siendo pobres porque no eran educados (O’SULLIVAN, 1989, p. 205).

En diversos países de América Latina se fueron fundando emisoras siguiendo este modelo, con el fin de que el pueblo se alfabetizara y sacara la primaria siguiendo las clases por radio.

En 1972, se fundó la Asociación Latinoamericana de Educación radiofónica (ALER), la cual nace para demostrar que la radio puede utilizarse para más funciones y no sólo para la transmisión de clases, como se venía haciendo. Empiezan a entender que la comunicación es fundamental para el desarrollo de los pueblos. “Un pueblo que no es capaz de comunicar está aislado totalmente. Sin comunicación no puede realizarse totalmente la persona humana” (O’SULLIVAN, 1989, p. 209).

2.2.3.2.- En Bolivia:

En 1952, la Revolución Nacional emprende la nacionalización de las minas de estaño, la gran riqueza de Bolivia. En ese contexto, los sindicatos solicitan y consiguen frecuencias de radio para instalar en los centros mineros sus propias emisoras. Quieren comunicarse con los compañeros que están en pueblos distantes y fortalecer el movimiento obrero y sus reivindicaciones (LÓPEZ, artículo facilitado por el autor por correo electrónico en abril 7, 2009).

En el distrito minero de Catavi, a cuatro mil metros de altura, se funda la radio el 21 de diciembre. Ya antes, en 1947, se había instalado La Voz del Minero en el mismo local del sindicato del campamento Siglo XX, la cual puede considerarse la primera emisora de la clase trabajadora latinoamericana. Como la población no tenía receptores, sus primeras transmisiones se hicieron a través de altoparlantes y los primeros locutores fueron militantes de la Federación (LÓPEZ, artículo facilitado por el autor por correo electrónico en abril 7, 2009).

A partir de 1952, fueron apareciendo nuevas emisoras en varios distritos mineros. En 1960, se contabilizaban 18 radios, todas creadas por los sindicatos y mantenidas con el aporte voluntario de los obreros. Las radios eran suyas y podían decidir los programas y la programación que deseaban. Con esta condición de independencia, buscaban ampliar su influencia y fortalecer sus organizaciones con una labor de propaganda hecha desde la emisora (LÓPEZ, artículo facilitado por el autor por correo electrónico en abril 7, 2009).

Durante las sucesivas dictaduras militares, estas emisoras sindicales transmitieron en cadena y mantuvieron la información y el ánimo de la población. Cuando el golpe militar de García Meza en 1980, 25 radios mineras formaron la "Cadena de la Democracia" que siguió funcionando durante cinco días hasta que el ejército sometió a las comunidades y se apoderó de sus radios (LÓPEZ, artículo facilitado por el autor por correo electrónico en abril 7, 2009).

Bolivia no sólo fue pionera con sus radios sindicales, sino que también se creó en este país la primera coordinadora de emisoras educativas. El 18 de julio de 1967 se funda la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL), agrupando las experiencias de las radioescuelas católicas.

2.2.3.3.- *En Venezuela:*

En el 1952, el padre José Eustorgio Rivas tuvo la idea de utilizar la radio como medio para alfabetizar a los campesinos e instaló en el despacho parroquial, ubicado en el sector de Canaguá, una mini-emisora en circuito cerrado. Inicialmente unos 50 campesinos escuchaban las clases todos los domingos en la tarde (O'SULLIVAN, 1989, p. 205).

El proyecto fue un éxito, pues a los pocos meses los alumnos aprendieron a leer, escribir y contar. Entonces, se hizo evidente la necesidad de ampliar los servicios mediante una emisora de servicio abierto. Aunque en un primer

momento el Ministerio de Transporte y Comunicaciones le negó la licencia al Padre, luego el Arzobispo Acaco Chacón se la consiguió. La radio se trasladó hasta Tovar y fue inaugurada en 1961 con el nombre de esta zona. Más tarde, cuando volvieron a ampliar la potencia, la llamaron Radio Occidente. Sin embargo, los problemas económicos siempre amenazaban el funcionamiento de la emisora. Se financiaban con publicidad local, pues no contaban con apoyo de los organismos oficiales, situación que en cierto punto era positiva ya que no eran presionados por ningún gobernante.

A la par con este proyecto del occidente del país, en otras zonas del territorio nacional surgen las radios de Fe y Alegría, las cuales tienen un espíritu y quehacer comunitario. Desde 1955 el Padre José María Vélaz, fundador de Fe y Alegría, plantea la necesidad urgente de ofrecer una alternativa educativa a los jóvenes y adultos. En el año 1973, se dan los primeros pasos para la creación del Instituto Radiofónico Fe y Alegría (IRFA), que en 1975 comienza sus actividades con la transmisión de clases por radio en Maracaibo (Radio Selecta 1.390 AM) y en Caracas (Radio Fe y Alegría 1.390 AM) (www.feyalegria.org, disponible en junio 2, 2008).

El IRFA está inscrito en el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, sustentado en la Resolución N° 236, que regula la Educación Radiofónica en la Modalidad de Educación de Adultos. La elección de un sistema radial para atender la educación de adultos se basa en proyectos ya experimentados en otros países -como Estados Unidos, Gran Bretaña, España, Colombia, entre otros- con notable éxito y en el aprovechamiento de un recurso de gran alcance como es la radio, que llega hasta los rincones más apartados (www.feyalegria.org, disponible en junio 2, 2008).

Luego, se abrieron dos emisoras más, una en Campo Mata (Anzoátegui) y la otra en Guasualito (Apure). En 1990 se adoptó una política de expansión, con la finalidad de ampliar la cobertura aún en aquellos sectores donde no existiese el

apoyo radiofónico, lo que significó un rediseño del Programa, concentrando los recursos educacionales en los materiales de estudio (esquemas) y en la orientación. Esto también implicó hacer convenios con otras emisoras para que transmitieran las clases radiales de Educación Básica y Media Diversificada y Profesional Mención Contabilidad (www.feyalegria.org, disponible en junio 2, 2008).

2.2.3.4.- Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC)

Fueron trascurriendo los años y con ellos se siguieron creando coordinadoras nacionales y asociaciones regionales, sin embargo, en agosto de 1983, en ocasión del Año Internacional de las Comunicaciones auspiciado por las Naciones Unidas, se reunieron en Montreal, Canadá, 600 radialistas comunitarios provenientes de 36 naciones del mundo. De esta reunión surgió, espontáneamente, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), un Organismo No Gubernamental Internacional (ONGI) de carácter laico y sin fines de lucro (LÓPEZ, artículo facilitado por el autor por correo electrónico en abril 7, 2009).

Actualmente, mantiene su sede principal en Montreal y cuenta con oficinas en Ecuador, África del Sur, y Reino Unido. La Oficina Regional para América Latina y el Caribe, fue fundada en Lima en 1990 y trasladada a Quito en 1994. Tiene asociadas a 450 emisoras y centros de producción radiofónica, con presencia en todos los países de la región.

2.3.- Parcialidad vs. Independencia

La parcialidad es el “designio anticipado o prevención en favor o en contra de alguien o algo, que da como resultado la falta de neutralidad o insegura rectitud en el modo de juzgar o de proceder” (www.rae.es, disponible en junio 13, 2008). Algunos sinónimos de parcialidad que pueden considerarse para el desarrollo de

este Trabajo de Grado son: preferencia, inclinación, partido, favoritismo e injusticia.

“El pluralismo de ideas y opiniones –por la misma pluralidad de la comunidad a la que se dirige- se vuelve condición indispensable de una radio comunitaria” (LÓPEZ, artículo facilitado por el autor por correo electrónico en abril 7, 2009). A lo largo de toda la programación debe escucharse y respetarse todas las voces. No obstante, los programas informativos suelen ser los más equilibrados.

“La noticia constituye la esencia de los hechos, reproduce datos objetivos y teóricamente incontrovertibles” (GRIJELMO, 2001, p. 29). La ausencia de información cruda, es decir, sin ningún aspecto más allá del relato de los sucesos, es uno de los puntos que pudiera dar a entender que las radios comunitarias se están limitando a difundir opiniones o entretenimiento.

Una emisora comunitaria, por su finalidad social y ciudadana, no silenciará la información ni difundirá medias verdades. Aunque quienes trabajen en la misma no sean periodistas, deben guiarse por los parámetros del periodismo crítico e independiente, lo que a su vez implica asumir los riesgos que éste acarrea (LÓPEZ, artículo facilitado por el autor por correo electrónico en abril 7, 2009).

Por otro lado, la independencia es la “cualidad o condición de independiente” (www.rae.es, disponible en junio 13, 2008). Lo que significa que no es dependiente o subordinado a un poder mayor.

En el caso de las radios comunitarias, es de conocimiento público que éstas no son totalmente independientes, pues dependen directamente de órganos estatales, encargados de habilitarlas, asesorarlas, supervisarlas y, muchas veces, de brindarles los recursos económicos necesarios para su funcionamiento.

La referida dependencia no debe ser obstáculo para que las radios comunitarias cumplan su función principal de promotoras del desarrollo de las comunidades.

De esta forma, las emisoras de este tipo no aceptarán presiones de ninguna índole que coarten la libertad de expresión. No se harán voceras de una posición política para recibir recompensas económicas. Aunque se vean afectadas por la falta de recursos, los ingresos provenientes de la publicidad no condicionarán la crítica, cuando ésta sea necesaria, a los mismos anunciantes o patrocinadores. Así, la radio ganará la credibilidad de la comunidad que representa (LÓPEZ, artículo facilitado por el autor por correo electrónico en abril 7, 2009).

3.- MARCO REFERENCIAL

En orden cronológico se presenta la normativa venezolana que rige la creación, funcionamiento, supervisión y sanción de las radios comunitarias.

3.1.- Ley Orgánica de Telecomunicaciones

La Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOTEL) fue promulgada el 12 de junio de 2000 y publicada en Gaceta Oficial N° 36.970 de la misma fecha. Esta normativa dicta los parámetros que regulan las telecomunicaciones, con la finalidad de garantizar el derecho a la comunicación de todos los ciudadanos de Venezuela. También se encarga de incentivar las actividades económicas necesarias para el desarrollo del sector.

Entre los objetivos de este instrumento jurídico destacan la defensa de los intereses de los usuarios y su derecho a acceder a los servicios de telecomunicaciones y al ejercicio de la comunicación libre y plural. Del mismo modo, la LOTEL procura condiciones de competencia entre los diferentes operadores y prestadores de servicios, estableciendo disposiciones en materia de precios y tarifas, interconexión y recursos limitados (numeración, espectro radioeléctrico y vías generales de telecomunicaciones), generando así el desarrollo y la utilización de nuevos servicios, redes y tecnologías que impulsan la integración geográfica y la cohesión económica y social, al igual que la convergencia eficiente de servicios de telecomunicaciones (<http://www.conatel.gov.ve>, disponible en agosto 5, 2008).

El Capítulo II del Título III y el artículo 26 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones se refieren a las concesiones y habilitaciones de uso del servicio de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias, sin fines de lucro.

Para conceder una porción del espectro radioeléctrico a las radios comunitarias es necesario que CONATEL verifique la disponibilidad de este espacio, según lo establecido en el artículo 107 de la LOTEL.

Los artículos 28 y 32 de la LOTEL especifican los plazos de tiempo disponibles que tienen, tanto las fundaciones comunitarias para presentar los requisitos y cumplir con todos los trámites, como CONATEL para dar respuesta a las solicitudes. Si todo marcha bien, los solicitantes tendrán que someterse al contrato con las pautas que dicta el artículo 73 de esta ley.

Según el artículo 5 de la LOTEL, el establecimiento o explotación de redes de telecomunicaciones, así como la prestación de servicios de telecomunicaciones se consideran actividades de interés general, para cuyo ejercicio se requiere la obtención previa de la correspondiente habilitación administrativa y concesión de uso. Las radios comunitarias entran en el renglón de medios que necesitan ambas autorizaciones.

La habilitación administrativa es el título que otorga CONATEL para el establecimiento y explotación de redes y para la prestación de servicios de telecomunicaciones, a quienes hayan cumplido con los requisitos y condiciones exigidas por la Ley (artículo 16 de la LOTEL). Mientras que la concesión de uso radioeléctrico es un acto administrativo unilateral mediante el cual CONATEL, otorga o renueva, por tiempo limitado, a una persona natural o jurídica la condición de concesionario para el uso y explotación del espectro radioeléctrico, previo cumplimiento de los requisitos establecidos en la LOTEL (artículo 73).

Igualmente, los operadores comunitarios deberán transmitir los mensajes o alocuciones oficiales de la Presidencia o Vicepresidencia de la República o de los Ministros, de conformidad con lo establecido en el artículo 192 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones. No obstante, también especifica que “no estará

sujeta a la obligación establecida en este artículo la publicidad de los entes públicos”.

El numeral 10 del artículo 37 de la LOTEL establece que será CONATEL el órgano encargado de inspeccionar y fiscalizar la instalación, operación y prestación de servicios de telecomunicaciones, entre los que se encuentra la radiodifusión sonora comunitaria.

A una radio comunitaria pueden revocarle la concesión si incurre en algunos de los casos especificados en el artículo 171 de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones o si incumple con los reglamentos, condiciones generales, títulos respectivos y contrato de concesión.

3.2.- Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público sin fines de lucro

Este reglamento es decretado bajo el N° 1.522 el 3 de noviembre de 2001, pero será hasta el 8 de enero de 2002 que aparecerá publicado en Gaceta Oficial N° 37.359. El instrumento normativo establece las disposiciones generales, requisitos, características, limitaciones y obligaciones de los servicios de radiodifusión sonora comunitaria y televisión abierta comunitaria, así como el procedimiento requerido para el otorgamiento de las habilitaciones administrativas y concesiones, con el objetivo de alcanzar una comunicación libre y plural desde y para las comunidades.

3.3.- Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión

La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (LRSRT), también llamada Resorte, Mordaza o de contenido, es aprobada por la Asamblea Nacional y luego publicada en Gaceta Oficial N° 38.081 del 7 de diciembre de

2004. Dentro de los objetivos generales de esta ley está garantizar el respeto a la libertad de expresión e información con las responsabilidades que acarrea el ejercicio de dicha libertad, el promover la efectiva práctica de este derecho y el respeto de los derechos humanos, así como el promover el equilibrio entre los deberes, derechos e intereses de las personas, de los prestadores de servicio de divulgación y sus relacionados. Asimismo, establece la necesidad de regular la publicidad y propaganda por motivos de salud, orden público y respeto a la persona humana, para lo cual deberán fijarse normas técnicas (www.leyresorte.gob.ve, disponible en agosto 5, 2008).

El artículo 16 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, está relacionado directamente con la democratización en los servicios de radio y televisión comunitarios de servicio público, sin fines de lucro; y dicta lo siguiente:

Los prestadores de servicios de radio y televisión comunitarios de servicio público, sin fines de lucro, deberán difundir entre otros:

1. Mensajes dirigidos a contribuir con el desarrollo, la educación para la percepción crítica de los mensajes, el bienestar y la solución de problemas de la comunidad de la cual formen parte.
2. Mensajes que promuevan la conservación, mantenimiento, preservación, sustentabilidad y equilibrio del ambiente en la comunidad de la cual forman parte.
3. Programas que permitan la participación de los integrantes de la comunidad, a fin de hacer posible el ejercicio de su derecho a la comunicación libre y plural, para ello deberán anunciar las formas a través de las cuales la comunidad podrá participar.
4. Mensajes de solidaridad, de asistencia humanitaria y de responsabilidad social de la comunidad (Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Gaceta Oficial N° 38.333 del 12 de diciembre de 2005).

Además del tipo de mensajes que deben difundir, este mismo artículo 16 explica los patrones que deben seguir al momento de hacer publicidad o patrocinio, entre otros puntos. Hay otros artículos como el 13, 14 y 25 de la LRSRT, que exoneran o exceptúan a las radios comunitarias de ciertos requisitos que las comerciales sí deben cumplir, como por ejemplo: la producción nacional

independiente y la contribución parafiscal. Estas exoneraciones se deben a que este tipo de radios –según los órganos reguladores- cumplen un trabajo social a favor de sus comunidades y no cuentan con los recursos suficientes para poder asumir todas las responsabilidades y obligaciones que sí puede costear un medio con fines de lucro (María José Abatamarco. Entrevista personal en septiembre 8, 2008).

3.4.- Radios comunitarias en Venezuela

Actualmente (hasta el 8 de septiembre de 2008) en Venezuela existen 274 radios comunitarias habilitadas y una cantidad no contabilizada por CONATEL de emisoras que trabajan clandestinamente. El auge de este tipo de medios de comunicación estuvo ligado a la legislación de la radiodifusión comunitaria (Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público, sin fines de lucro), la cual fue publicada en enero de 2002. Entre octubre y diciembre de ese año se emiten las primeras habilitaciones a catorce (14) emisoras comunitarias en todo el territorio nacional (María José Abatamarco. Entrevista personal en septiembre 8, 2008).

Los estados Zulia, Táchira, Aragua y Carabobo son los que más cantidad de radios comunitarias habilitadas tienen. Esto está directamente relacionado con la alta densidad poblacional que poseen estas zonas geográficas. Cojedes, Guárico, Amazonas y Apure son los que menos solicitudes y radios comunitarias habilitadas presentan, por la misma razón del desarrollo poblacional de estos estados (María José Abatamarco. Entrevista personal en septiembre 8, 2008).

CONATEL cuenta con seis oficinas (el 15 de diciembre de 2008 se abrió una en San Cristóbal, estado Táchira) a través de las cuales se realiza un seguimiento regulatorio de todas las radios comunitarias, tanto las habilitadas como las clandestinas, cumpliendo una agenda estratégica por estado. La comisión trabaja para que estos medios de comunicación mejoren la producción

de contenidos educativos y recreativos, incentiven los valores locales y tradicionales y contribuyan a la solución de los problemas de sus comunidades, es decir, que no queden en la mera denuncia (María José Abatemarco. Entrevista personal en septiembre 8, 2008).

Para verificar que los objetivos de las radios comunitarias se están cumpliendo, cada vez que CONATEL realiza una visita a una de estas emisoras, también convoca una asamblea comunitaria. En estas reuniones aplican un instrumento de medición para determinar la representatividad de los logros, el cual consiste en una entrevista semiestructurada a personas denominadas informantes claves, quienes pueden ser miembros de consejos comunales, líderes vecinales, entre otros individuos que formen parte de las fuerzas vivas de la comunidad (María José Abatemarco. Entrevista personal en septiembre 8, 2008).

3.4.1.- Pasos para establecer una radio comunitaria

Cabe destacar que fundar una radio comunitaria empieza con consignar un “Manifiesto de Interés” el cual consiste en expresar la intención de la Comunidad, a través de la Fundación Comunitaria, de prestar los servicios de radiodifusión sonora comunitaria, sin fines de lucro.

El “Manifiesto de Interés” debe contener:

- Localidad donde se pretende ubicar la estación comunitaria. Zona de Cobertura (especificando Municipio y Parroquia).
- Nombre, Cédula de Identidad, dirección y número telefónico de quienes representarán a la fundación.
- Datos del Registro de la Fundación Comunitaria. (En caso de estar registrada).
- Describir el trabajo comunitario, especificando, las acciones sociales realizadas y las organizaciones de base de la comunidad, involucradas en estas acciones sociales (www.conatel.gov.ve, disponible en julio 23, 2008).

Dicho manifiesto debe enviarse a CONATEL sin importar que la Fundación Comunitaria esté o no formalmente establecida. No obstante, los promotores de la misma deben estar concientes de que deben formar esta organización para poder constituir la radio comunitaria de su localidad. Igualmente, los diez integrantes (nueve miembros más el contralor) deben ser elegidos democráticamente en un asamblea de miembros de la comunidad.

Quedará en manos de CONATEL verificar: a) capacidad e idoneidad legal del solicitante para la realización de la actividad; b) carácter de fundación comunitaria, en los términos establecidos en el Capítulo III del Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta comunitarias; c) carácter democrático, participativo y plural del proyecto; d) viabilidad económica, técnica y sostenibilidad del proyecto; e) disponibilidad del espectro radioeléctrico, en los términos del artículo 11 del Reglamento que rige a estos medios; f) perfil social del proyecto; y g) demás requisitos y condiciones previstas en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, sus reglamentos y la normativa aplicable a tales efectos (www.conatel.gov.ve, disponible en julio 23, 2008).

3.4.2.- Principios fundamentales

3.4.2.1.- Directivos de la Fundación Comunitaria

Según el marco legal, las fundaciones comunitarias (titulares de la habilitación) pueden estar formadas por un máximo de nueve miembros (www.conatel.gov.ve, disponible en julio 23, 2008).

No podrán ser directivos de la fundación:

- Funcionarios Públicos;
- Militares activos;
- Dirigentes en cualquier nivel de partidos políticos o grupos de electores;

- Dirigentes o representantes de gremios o cámaras;
- Personas vinculadas a otros medios de comunicación social, ya sea por ser titular de la habilitación administrativa o por ser directivos de dichos medios;
- Quien ya sea miembro directivo de una Fundación Comunitaria.

Sólo un miembro de una misma organización religiosa puede ser directivo de una Fundación Comunitaria (www.conatel.gov.ve, disponible en julio 23, 2008).

Los prestadores de servicio de radio y televisión comunitarios de servicio público, sin fines de lucro, además de los principios previstos en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión se regirán por el principio de rendición de cuentas a la comunidad donde prestan el servicio, de conformidad con la ley (Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Gaceta Oficial N° 38.333 del 12 de diciembre de 2005).

3.4.2.2.- Pluralidad en la programación

Un productor independiente o comunitario sólo podrá ocupar el 20% de la programación diaria de una estación, mientras que la producción por parte de la estación abarcará un máximo de 15% del período de transmisión diario.

3.4.2.3.- Separación Medio y Mensaje

Las estaciones deberán destinar como mínimo el 70% de su transmisión diaria a la producción comunitaria.

3.4.2.4.- Capacitación

Las fundaciones comunitarias impartirán a los miembros de la comunidad programas de capacitación en materia de producción sonora o audiovisual, con la finalidad de formar y acreditar productores comunitarios.

3.4.2.5.- Publicidad

Las radios comunitarias podrán hacer publicidad de:

- Pequeñas y medianas industrias de la comunidad, las cuales tendrán facilidades y ventajas para la difusión de sus mensajes.

- Bienes y servicios que ofrezcan los habitantes de la comunidad, los cuales tendrán facilidades y ventajas para la difusión de sus cuñas.

- Grandes industrias y personas naturales de otras comunidades, y del Estado, siempre y cuando éstas no excedan del 50% del tiempo de transmisión establecido para tal fin.

El tiempo total para la difusión de publicidad, incluida aquella en vivo, en los servicios de radio y televisión comunitarios, no podrá exceder de diez minutos por cada 60 minutos de difusión, los cuales podrán dividirse hasta un máximo de cinco fracciones por hora (Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Gaceta Oficial N° 38.333 del 12 de diciembre de 2005).

El ciento por ciento de la publicidad difundida por los prestadores de servicios de radio o televisión comunitarios, deberá ser de producción nacional.

Las retrasmisiones simultáneas no pueden incluir la publicidad del prestador del servicio de radio o televisión donde se origine el mensaje.

3.4.2.6.- Propaganda

Los prestadores de servicios de radio y televisión comunitarios de servicio público, sin fines de lucro, no podrán difundir propaganda (Artículo 16, numeral 4 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Gaceta Oficial N° 38.333 del 12 de diciembre de 2005).

3.4.2.7.- Patrocinio

Las radios comunitarias para ser patrocinadas deben regirse por las siguientes pautas:

- Empresas dentro o fuera de la comunidad.
- Se limita la información acerca del nombre o características de los bienes y servicios que ofrecen.
- No podrá exceder de cinco segundos por empresa y los mismos se podrán transmitir en un máximo de cuatro veces por hora de trasmisión.
- El tiempo total de trasmisión de tales mensajes no podrá exceder de cinco minutos en una hora de trasmisión.

Con el objeto de promover las fundaciones comunitarias, CONATEL ofrecerá apoyo técnico durante el primer año de vigencia del Reglamento (8 enero de 2002).

Los productores comunitarios cederán a las fundaciones comunitarias que los formaron, el uso de la producción que realicen durante su proceso de formación.

Mediante Decreto Presidencial N° 1.522 se exonera totalmente del pago de los tributos previstos en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, a los operadores de estaciones comunitarias (www.conatel.gov.ve, disponible en julio 23, 2008).

3.5.- Radios comunitarias en el municipio Guaicaipuro, estado Miranda

En el estado Miranda hay un total de 20 radios comunitarias habilitadas. Mientras que en el municipio Guaicaipuro (espacio estudiado) hay cuatro; sin embargo, CONATEL no descarta que existen otras que estén trabajando clandestinamente (María José Abatemarco. Entrevista personal en septiembre 8, 2008).

Aunque esta localidad tiene siete parroquias, sólo cuatro cuentan con una radio comunitaria habilitada, las cuales son: La Voz de Guaicaipuro 102.9 FM, ubicada en la parroquia Los Teques; San Diego 95.1 FM, en la parroquia Cecilio Acosta; Yoraco 94.5 FM, en la parroquia Paracotos; y Salvemos La Montaña 109.3 FM, en la parroquia Altagracia de la Montaña.

3.5.1.- Historia común

Las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda son pioneras en este tipo de medios en el país, por lo cual fueron unas de las primeras en obtener los permisos emitidos por CONATEL. Tienen una historia en común, pues todas compartían un mismo transmisor de cinco vatios –traído de Inglaterra- con el cual salían al aire clandestinamente una vez a la semana, algunos durante la década de los 90 y otros ya en el nuevo siglo.

En el año 1991, los creadores de la emisora que ahora se denomina La Voz de Guaicaipuro empezaron a soñar con un medio comunitario popular, pues escucharon experiencias de compañeros en Caracas, que ya se habían atrevido a montar una radio de este tipo. Aunque estas personas del Distrito Capital emitían sus mensajes de manera clandestina (porque donde encendieran un transmisor, llegaba la policía), igual les obsesionó la idea de formar una emisora comunitaria.

De forma autogestionada compraron su primer transmisor, construyeron su primera antena artesanal y algunos meses después encendieron los equipos.

Posteriormente comenzaron a transmitir sus conocimientos a personas de otras parroquias del municipio dedicadas al movimiento popular. De esta forma, las comunidades de Altagracia de la Montaña, Cecilio Acosta y Paracotos, también empezaron en el mundo radiofónico. Sin embargo, el trabajo era arduo debido a que trasladaban el transmisor de una parroquia a otra. Las cuatro radios salían por el dial 93.5 FM porque era el que estaba libre y limpio. Este proceso duró aproximadamente un año y medio, cuando decidieron dejar el transmisor en una sola emisora para que no se dañara.

En 1999 se instaura un nuevo Gobierno que promete darle más poder al pueblo. A finales de 2001 se decreta el Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público, sin fines de lucro, pero no es hasta principios de 2002 que es publicado en Gaceta Oficial. Este instrumento legal pone fin a los tiempos de clandestinidad de las radios del municipio Guaicaipuro, ya que sus creadores inmediatamente después de publicada la normativa se dirigen a CONATEL para legalizarse.

Los informes técnico y económico que les exigía CONATEL fueron los que más dolores de cabeza les dieron, pues no sabían cómo hacerlos y no tenían los recursos económicos para pagarle a alguien que sí supiera. Luego de varias disputas con el órgano rector, éste decretó el acompañamiento técnico a las emisoras.

Los representantes de las cuatro radios comunitarias habilitadas coinciden en que pasaron aproximadamente un año reuniendo todos los recaudos para que CONATEL los certificara como emisoras comunitarias de servicio público, sin fines de lucro. Además de la habilitación, necesitan una concesión de uso para poder funcionar.

Durante sus más de seis años de funcionamiento legal, las radios comunitarias de Guaicaipuro nunca han recibido una amonestación de CONATEL, aunque representantes de este organismo o del Minci las supervisan una o dos veces al año.

3.5.2.- La Voz de Guaicaipuro 102.9 FM

Esta emisora tiene la habilitación HRSE-00005; sin embargo, fue la segunda radio comunitaria habilitada en el país porque los primeros tres números correspondieron a televisoras sin fines de lucro. Su concesión es la CRDF-00081. Durante sus primeros cinco años funcionaron en un pequeño local arrendado. Hoy en día se encuentran en el Núcleo de Desarrollo Endógeno Zuruapa Zuruapai, ubicado en el sector 23 de enero de Los Teques.

3.5.2.1.- Programación (Diciembre 2008)

La Voz de Guaicaipuro funciona las 24 horas del día y en diciembre de 2008 tenía aproximadamente 70 programas al aire, que abordaban diferentes temas, tales como: comentarios de salud, dedicados a jubilados y pensionados, infantiles, adolescentes, informativos y religiosos. Cada programa dura una hora que en realidad son 45 minutos, pues los 15 restantes se utilizan para dar informaciones de la comunidad e identificar la emisora (Eleazar Jiménez. Entrevista personal en diciembre 13, 2008).

Sus fundadores no creen en la división que hace CONATEL con respecto a la programación, porque las radios comunitarias son para todo el pueblo y no para aquellos que estén certificados como productores.

Tabla 1. Programación de la mañana de La Voz de Guaicaipuro de diciembre, 2008 (facilitada por Eleazar Jiménez)

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
5 A 8	BUE- NOS DIAS GUAICA IPURO	BUENOS DIAS GUAICAIPU RO	BUENOS DIAS GUAICAIPU RO	BUENOS DIAS GUAICAIP URO	BUENOS DIAS GUAICAI PURO	7 A 8 FUENTE DE AGUA VIVA	7 A 8 CON MARIA HOMBRES NUEVOS EN CRISTO
8 A 9	CHITO ROJO ROJITO	UNA VENTANA AL ÉXITO	PRESENCIA UNIVERSITA RIA	UNA VENTANA AL EXITO	MUSICAL	LA HORA DEL TRABA- JADOR	DESAYUNO CRIOLLO
9 A 10	EL SOLAR DE LOS ABUEL OS	DIALOGO COOPERATI VO	CHITO ROJO ROJITO	CHITO ROJO ROJITO	QUINTO MOTOR	LA HORA DEL TRABAJ ADOR	DESAYUNO CRIOLLO
10 A 11	EL SOLAR DE LOS ABUEL OS	DIALOGO COOPERATI VO	CHITO ROJO ROJITO	NECESARI O ES VENCER	PURO FOLKLOR E PURO	VOCES INFANTI LES	LOS TEQUES EN EL RECUERDO
11 A 12	SOCIAL ISMO ECOLO GICO	LA VOZ DE TACATA	PLANETA EN COMA	NECESARI O ES VENCER	PURO FOLKLOR E PURO	SHABON O	LOS TEQUES EN EL RECUERDO

Tabla 2. Programación de la tarde de La Voz de Guaicaipuro de diciembre, 2008 (facilitada por Eleazar Jiménez)

HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
12 A 1	NECES ARIO ES EL PUEBL O	GUAICAIPU RO HABLA	DIGNA Y MIRIAN CUENTAN	NECESA RIO ES EL PUEBLO	MUSICAL	OPERAC IONES PREVEN TIVAS	ALO PRESIDENTE
1 A 2	MISION CULTU RA CORAZ ON ADENT RO	LA ROCKOLA AL SON DE LOS TEQUES	DIGNA Y MIRIAN CUENTAN	CULTUR A Y REVOLU CION	MISIÓN CULTURA CORAZON ADENTRO	LOS TEQUES DE AYER Y HOY	ALO PRESIDENTE
2 A 3	MUSIC AL	LA ROCKOLA AL SON DE LOS TEQUES	AQUÍ CON EL LICEO	CULTUR A Y REVOLU CION	OIDO AL TAMBOR	LOS TEQUES DE AYER Y HOY	ALO PRESIDENTE

3 A 4	PROCESOS HISTORICOS	VISION POR DENTRO	DE HECHO Y DERECHO	TOBOGAN DE CHUCHE RIAS	EL TRECHO	PIEZAS MAESTRAS	ALO PRESIDENTE
4 A 5	PROCESOS HISTORICOS	MUSICAL	MUSICAL	CONTACTO MARCIAL	EL TRECHO	PIEZAS MAESTRAS	ALO PRESIDENTE
5 A 6	NOSOTROS SI TENEMOS HISTORIA	ENTRESONES Y CUEROS	LA VOZ DE LOS CONCEJOS COMUNALES	ARTE POETICO MUSICAL	LA VOZ DE LOS CONCEJOS COMUNALES	LOS CARASUCIAS	TEATRALIDADES
6 A 7	ALO NATURAL	ENTRESONES Y CUEROS	UN PARENTESIS CON LOS VALORES	ARTE Y PARTE	MUSICAL	LOS CARASUCIAS	TEATRALIDADES

Tabla 3. Programación de la noche de La Voz de Guaicaipuro de diciembre, 2008 (facilitada por Eleazar Jiménez)

HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
7 A 8	LATIDOS POR MINUTO	VIAJE AL FONDO DEL ROCK	CON EL MARTILLO DANDO	ARTE Y PARTE 7:30 CONTRATEMAS	BLUES, JAZZ Y ALGO MAS	LA VOZ DE LA GAITA	PALABRA, SONIDO Y PODER
8 A 9	DE VUELTA AL EDEN	VIAJE AL FONDO DEL ROCK	INFORME LVG	CONTRATEMAS	BLUES, JAZZ Y ALGO MAS	LA VOZ DE LA GAITA	PALABRA, SONIDO Y PODER
9 A 10	REDENTOR	REDENTOR	REDENTOR	REDENTOR	CON CLAVE Y SAOCO	RUMBA LATINA	ROCK EN TU CIUDAD
10 A 11	LA NOTA AZUL	ISLA DE LUNA	DE GUATAKA	MUSICAL DE LOS OCHENTA	CON CLAVE Y SAOCO	RUMBA LATINA	ROCK EN TU CIUDAD
11 A 12	LA NOTA AZUL	ISLA DE LUNA	DE GUATAKA	MUSICAL DE LOS OCHENTA	CON CLAVE Y SAOCO	RUMBA LATINA	ROCK EN TU CIUDAD
12 A 1	LA NOTA AZUL	ISLA DE LUNA	DE GUATAKA	MUSICAL DE LOS OCHENTA	MUSICAL	RUMBA LATINA	MUSICAL

3.5.2.2.- Publicidad

Esta radio trasmite mensajes publicitarios de, principalmente, pequeños comerciantes de la comunidad a quienes les cobran 100 bolívares fuertes mensuales por rotativas que pueden salir hasta ocho veces diarias. Además, creen en el trueque. Por patrocinio pueden recibir 80 bolívares fuertes mensuales (Eleazar Jiménez. Entrevista personal en diciembre 13, 2008).

3.5.2.3.- Actividades

“Nuestra tarea es comunicacional, nos preocupamos por la comunicación libre y plural; queremos garantizarle la comunicación al pueblo. Partiendo de allí, ya con tener la radio prendida, estamos beneficiando a la comunidad” (Eleazar Jiménez. Entrevista personal en diciembre 13, 2008).

Hacen programas desde cada comunidad (instalan los equipos y transmiten desde la calle). Permiten que a sus reuniones de productores, asistan personas de las comunidades y hagan críticas constructivas a los programas.

Cuentan con la tecnología para recibir llamadas en vivo y mensajes de texto. Reciben invitados, los cuales son seleccionados de acuerdo a cada programa. Si el programa es político invitan a personas con diversas tendencias políticas, aunque los que más se prestan a participar son aquellos que están de acuerdo con el proceso que dirige el presidente Hugo Chávez.

También reciben a personas de la misma comunidad, que se dirijan personalmente a la radio para colocar sus denuncias. Dependiendo de la temática del programa invitan especialistas en la materia.

3.5.2.4.- *Denuncias-logros*

Entre los casos que han denunciado en la radio y se han solucionado gracias a dichas denuncias, el presidente de La Voz de Guaicaipuro nombró uno referido a las personas de la tercera edad. En un programa llamado “El Solar de los Abuelos”, el cual es dedicado a jubilados y pensionados; éstos se quejaban de que no les pagaban a tiempo ni lo suficiente y que hacían mucha cola para cobrar. Por medio del programa lograron que los jubilados se organizaran y que en grupo pudieran hacer valer sus peticiones. También aseveró que han contribuido a resolver problemas de vialidad (huecos en las calles).

“La comunidad de Santa Eulalia tenía un problema grave con la basura, se pusieron en contacto con nosotros, vinieron a la radio un día y dijeron que si al día siguiente no iban a recoger la basura ellos iban a alquilar un camión, iban a recoger su basura y la iban a depositar en la oficina del presidente de la compañía del aseo urbano de Los Teques. Al día siguiente ya estaban recogiendo la basura en esa comunidad” (Eleazar Jiménez. Entrevista personal en diciembre 13, 2008).

3.5.2.5.- *Parcialidad vs. Independencia*

Eleazar Jiménez, presidente de la emisora, dijo que no son una radio chavista ni comunista, aunque el proyecto de radio comunitaria haya salido de los modelos comunistas. “Nosotros creemos en el poder del pueblo. No somos radio del gobierno, porque desde el día que seamos radio del gobierno, no vamos a poder criticarlo”.

Igualmente, aseguró que la imparcialidad no existe. Por eso las radios comunitarias son parciales con el pueblo, con las personas necesitadas. “A La Voz de Guaicaipuro puede venir todo el mundo, es verdad que la mayoría es chavista porque en las radios comerciales no pueden dar sus opiniones las personas de

izquierda”. Reciben las denuncias de todas las personas que tengan bases o pruebas para plantearlas.

No cree que La Voz de Guaicaipuro sea percibida como una radio político-partidista porque en Los Teques todo el mundo se conoce y sabe quien es quien. “Aquí hay productores de oposición que hacen muy buenos programas. No estamos politizados, nosotros hacemos política comunicacional, le damos voz pública al pueblo. Aquí no le imponemos nada a nadie. Sólo que sean espontáneos, naturales, y crean en lo que profesan. Y precisamente por exigir lo natural y lo espontáneo, dicen que las radios comunitarias no sirven y están parcializadas. Aquí viene quien quiere, pero eso sí con respeto” (Eleazar Jiménez. Entrevista personal en diciembre 13, 2008).

De hecho han tenido muchos problemas con el ex gobernador oficialista Diosdado Cabello, porque como todos los gobiernos, tenía fallas y en la radio las criticaban. “Hacíamos críticas constructivas y eso no le gustaba. No tenemos bozal de arepa” (Eleazar Jiménez. Entrevista personal en diciembre 13, 2008).

3.5.2.6.- Aspectos técnicos

La Voz de Guaicaipuro ha sido pionera y escuela para el resto de las radios comunitarias y comerciales de los Altos Mirandinos. “Tenemos productores preparados que han viajado por diferentes países, que han estudiado mucho” (Eleazar Jiménez. Entrevista personal en diciembre 13, 2008).

“La baja calidad, si es que la hay, es técnica y eso es cuestionable” (Eleazar Jiménez. Entrevista personal en diciembre 13, 2008). Tienen más bajo alcance en comparación con las radios comerciales; pero no necesitan mayor capacidad porque sólo tienen que llegar a la parroquia Los Teques.

3.5.3.- San Diego 95.1 FM

La radio nace como una iniciativa de la Casa de la Cultura de San Diego de los Altos, que era una asociación civil. Por primera vez en el año 1993 se reúnen cultores, artistas, maestros, es decir, personas interesadas por la historia, la cultura y el arte. Empiezan a relacionarse y a compartir sus experiencias. Montan toldos en las plazas, realizan ferias, asambleas, entre otras actividades que podían organizar gracias a la colaboración de las mismas personas de la comunidad. Con el tiempo se relacionan con gente de otras parroquias que sabía montar una antena, y así se dieron cuenta que no era tan costoso y empezaron con la radio (Graciana Ricabarra. Entrevista personal en diciembre 9, 2008).

Con la asesoría de La Voz de Guaicaipuro, Salvemos La Montaña y Yoraco, San Diego logró salir al aire por primera vez el 7 de diciembre de 2001, todos los domingos de 1:00 a 6:00 de la tarde con equipos que, semanalmente, recorrían los Altos Mirandinos para hacer posible la comunicación en las parroquias de Los Teques, Laguneta, Paracotos y Cecilio Acosta.

En octubre-diciembre de 2002, esta radio recibe la habilitación N° 00028 y tiene el permiso de utilizar la frecuencia 95.1 FM. Actualmente, laboran en una casa de familia llamada Samay Huasi, en la calle Codazzi del sector La Chancleta.

3.5.3.1.- Programación (Diciembre 2008)

Además de los programas, transmiten micros para incentivar la identidad con historias de la comunidad, que no pierden vigencia. También realizan reportes comunitarios, los cuales son noticias de actividades que se van a realizar y se insertan en los horarios que no tiene una programación fija.

Tabla 4. Programación de Radio San Diego de diciembre, 2008 (levantada por las autoras)

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
10:00 am a 10:30 am	Música	Música	Música	Lo que bailan los abuelos	Música	Lo que bailan los abuelos	Música
10:30 am a 11:00 am	Música	Música	Música	Música	Música	Música	Música
11:00 am a 11:30 am	Ciencia para todos	Ciencia para todos	Ciencia para todos	Ciencia para todos	Ciencia para todos	Música	Música
11:30 am a 2:00 pm	Música	Música	Música	Música	Música	Música	Música
2:00 am a 2:30 am	Música	Música	Música	Lo que bailan los abuelos	Música	Lo que bailan los abuelos	Música
2:30 pm a 4:00 pm	Música	Música	Música	Música	Música	Música	Música
4:00 a 5:00 pm	Programación infantil	Programación infantil	Programación infantil	Programación infantil	Programación infantil	Programación infantil	Programación infantil
5:00 a 5:30 pm	Música	Música	Música	Música	Música	Música	Música
5:30 a 6:00 pm	Sonidos de nuestro pueblo	Música	Música	Música	Sonidos de nuestro pueblo	Música	Sonidos de nuestro pueblo
6:00 a 6:30 pm	Ciencia para todos	Ciencia para todos	Ciencia para todos	Ciencia para todos	Ciencia para todos	Música	Latinoamérica y nuestra casa
6:30 a 7:00 pm	Música	Música	Latinoamérica y nuestra	Música	Música	Música	Latinoamérica y nuestra

			casa				casa
7:00 a 7:30 pm	Golpe tuyero	La cocina de Ernestin a	Golpe tuyero	Música	Música	Música	La cocina de Ernestina
7:30 a 8:00 pm	Golpe tuyero	Conciencia y cambio	Golpe tuyero	Conciencia y cambio	Música	Jóvenes de hoy	Conciencia y cambio
8:00 a 8:30 pm	Golpe tuyero	Poesía, romance y boleros	Golpe tuyero	Música	Poesía, romance y boleros	Música	Poesía, romance y boleros
8:30 a 9:00 pm	Música	Poesía, romance y boleros	Música	Música	Poesía, romance y boleros	Música	Poesía, romance y boleros
9:00 a 10:00 pm	En el espíritu	Noticias deportivas	Música	Noticias deportivas	Música	Música	Noticias deportivas
10:00 a 11:30 pm	Música	Música	Música	Música	Vy City flow	Vy City flow	Música

3.5.3.2.- Publicidad

Según los cálculos que les enseñó a hacer CONATEL en sus inicios -basados en la cantidad de gastos- para aquel momento una cuña valía 3 mil bolívares, suma que era irreal cobrarla. Le hicieron varias propuestas al órgano rector, donde hasta el trueque era válido. “Por ejemplo, los comercios donan una cantidad de algo que ellos producen (pan de jamón) para un evento que tengamos y nosotros le hacemos una cuñita por unos días” (Graciana Ricabarra. Entrevista personal en diciembre 9, 2008). También cuentan con la ayuda constante de personas de la comunidad que aportan lo que pueden.

3.5.3.3.- Actividades

En esta emisora organizan asambleas, actividades con los abuelos, exposiciones en la plaza de películas y videos hechos por la comunidad, colectas, talleres de música, concurso de cuentos para los niños, publicación de pequeñas revistas, jornadas de limpieza, talleres de educación sanitaria en conjunto con Barrio Adentro, entre otras. (Graciana Ricabarra. Entrevista personal en diciembre 9, 2008)

No siempre pueden transmitir en vivo porque no cuentan con toda la tecnología necesaria. Reciben mensajes de texto en los pocos programas que son en vivo. Las personas pueden enviar sus comentarios a los celulares de los moderadores del programa, es decir, la radio no cuenta con una plataforma. Tienen pocos invitados y/o especialistas. La mayoría de los programas son grabados y transmitidos posteriormente.

3.5.3.4.- Denuncias-logros

Entre situaciones que han denunciado en la radio y han conseguido respuesta por parte del gobierno; están la ayuda al sector de Cocorote para resolver sus problemas de parásitos e insalubridad, la recuperación de la casa comunitaria, cubrir las convocatorias y elecciones de los consejos comunales en sectores que están bastante alejados como: El Naranjal, El Peñón, El Laurel, El Limón, El Peñón, Los Amistosos, Guare guare, San José, entre otros. Incidieron para que un anciano del pueblo recibiera la orden Guaicaipuro. “La misión es trabajar por los excluidos” (Graciana Ricabarra. Entrevista personal en diciembre 9, 2008).

Sin embargo, en la emisora San Diego aclararon que es mentira que la radio resuelva problemas. Simplemente comunica, al comunicar se le está dando una valoración a algo, se le está dando la capacidad de incidencia. La radio es un

poder. En resumen, se consideran multiplicadores de los problemas de exclusión para que las autoridades sepan lo que está pasando.

3.5.3.5.- Parcialidad vs. Independencia

“La tendencia político partidista no influye en la programación. Nosotros no firmamos un contrato de condicionalidad. La comunicación tenemos que asumirla y a cualquiera que sepa de algo y que tenga el deseo de trasmitirlo tiene un espacio asegurado aquí. Nosotros estamos claros en que de un lado y de otro te dicen mentiras, por eso hay que creer en la vida misma, en lo factible. Por ejemplo, según lo que yo he visto, la misión Barrio Adentro le ha hecho un gran bien al país” (Graciana Ricabarra. Entrevista personal en diciembre 9, 2008).

En radio San Diego no tienen miedo de que los acusen de contrarrevolucionarios, porque creen que los chavistas bien comprometidos no tienen tanta franela roja. Admiten que la gente que más ha luchado por la comunidad está inclinada hacia la tendencia política de izquierda y al mismo tiempo son partidarios del chavismo.

“Hay que diferenciar político-partidismo de político. Todo lo que uno hace es político. Nosotros cuestionamos ampliamente la política de Venezolana de Televisión. Consideramos que eso es completamente equivocado y también criticamos la política de Globovisión. Ambas son equivocadas porque se basan en lo publicitario y la publicidad para manipular conciencias. El desarrollo del contenido es lo que a mí me va a permitir estar de acuerdo o no. La realidad trasciende la poliquetería. Toda acción que beneficie a la comunidad, debe ser divulgada, venga de donde venga” (Graciana Ricabarra. Entrevista personal en diciembre 9, 2008).

Admite que muchas radios están politizadas hacia una tendencia partidista porque el país es así y nunca un medio ha sido imparcial.

3.5.3.6.- Aspectos técnicos

En esta radio, aunque tiene ciertos problemas técnicos por la topografía de la zona en la que funciona y la interferencia de radios comerciales, la entrevistada cree que la connotación de baja calidad o de radios mediocres ha sido producto de cómo los medios privados quieren que sean vistas. No obstante, aunque no sean periodistas, están seguros de que transmiten programas con calidad de contenido y que se escuchan bien. “El hecho de que no tengamos un certificado de locución no quiere decir que no tengamos una capacitación, que no hagamos ejercicios para tener buena dicción. El mejor evaluador que va a decir si somos malos o no, va a ser la gente” (Graciana Ricabarra. Entrevista personal en diciembre 9, 2008).

3.5.4.- Yoraco 94.5 FM

Desde el 21 de diciembre de 2001, Yoraco empezó a salir al aire los viernes desde la 1:00 de la tarde hasta las 7:00 u 8:00 de la noche. A finales de 2002 reciben la habilitación HRSF-00027. Ahora trabajan las 24 horas de los siete días de la semana. Transmitían desde un cuarto en el sector El Latón de Paracotos. Después de un año y medio, aproximadamente, el presidente de la Casa de la Cultura Francisco Palacios les hizo una especie de comodato. No pagan local, agua y luz, mientras que en su sede anterior sí lo hacían (Hipólito Torres. Entrevista personal en diciembre 12, 2008).

Funcionaron siete años con el trasmisor de cinco vatios que compartían inicialmente las cuatro radios comunitarias habilitadas en Guaicaipuro. Hoy día tienen uno de 30 vatios, pero ya necesitan cambiarlo porque está presentando fallas. Están en espera de los equipos que les va a dotar el Ministerio de Comunicación e Información.

3.5.4.1.- Programación

La programación es variada. Lo que no poseen es un noticiario, pero planean hacerlo. Buscan el balance en su programación y procuran incentivar la música venezolana. Todavía tiene bloques de horario sin programas. La mayoría de los programas son en vivo. Hay algunos programas que son en vivo en la Voz de Guaicaipuro y que los retransmiten en esta emisora (Hipólito Torres. Entrevista personal en diciembre 12, 2008).

Tabla 5. Programación de Yoraco de diciembre, 2008 (levantada por las autoras)

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
5:00 a 6:00 am	Música venezol ana	Música venezolan a	Música venezolana	Música venezol ana	Música venezola na	Música venezol ana	Música venezolan a
6:00 a 7:00 am	Música	Música	Música	Música	Música	Música	Música
7:00 a 8:00 am	Música	Música	Música	Música	Música	Música	Música
8:00 a 9:00 am	Rescata ndo el folklore	Música	Música	Música	Música	Música	Música
9:00 a 10:00 am	Camino s y Palabras con Pablo Ramírez	Música	Música	Música	Música	Sincrod estino: ciencia y filosofí a con Mariné s Núñez	Música
10:00 am a 11:00 am	Música	Ensalada Mixta	Música	Contact o con la comuni dad	Rescata ndo nuestras tradicion es con Cristina Zapata	Música	Aló Presidente
11:00 am a 12:00 m	Música	Ensalada Mixta	Música	Música	Música	Cultura a su alcance	Aló Presidente

3.5.4.2.- Publicidad

Han contado con algunas publicidades del estado, por ejemplo le hacían una propaganda institucional a la Gobernación –cuando estaba Diosdado Cabello– por la que recibieron tres mil bolívares fuertes mensuales por tres meses. El Ministerio de Comunicación e Información también los ha ayudado de esta manera. A los particulares les cobran 100 bolívares fuertes mensuales por rotativas que transmiten cinco o seis veces al día o más. Sin embargo, el bajo alcance es una limitación para conseguir anunciantes (Hipólito Torres. Entrevista personal en diciembre 12, 2008).

3.5.4.3.- Actividades

Trabajan en conjunto con la Casa de la Cultura y los médicos cubanos. Han hecho actividades de calle en la mayoría de los sectores de la parroquia. Organizan actividades de danza, teatro, música, canto, aeróbic y las llevan a las comunidades. Motivan a los jóvenes para que participen en la cultura y el deporte. También están muy pendientes de todo lo que hacen los consejos comunales (Hipólito Torres. Entrevista personal en diciembre 12, 2008).

Reciben integrantes de la comunidad directamente en la radio. Cada programa trae sus invitados de acuerdo a su temática. Pueden ser o no de la parroquia. Lo importante es resaltar el talento de la comunidad. Aunque no tienen un programa que toque temas políticos específicamente, están dispuestos a hacerlo si alguien lo propone.

3.5.4.4.- Denuncias-logros

Lograron resolver un bote de basura en el sector La Suiza, pues en sus mensajes insistieron en que serían los mismos vecinos quienes tomarían cartas en

el asunto. Recolectaron dinero para un señor de la comunidad que necesitaba operarse urgentemente (Hipólito Torres. Entrevista personal en diciembre 12, 2008).

Como proyectos esperan incidir para lograr la construcción de una red de cloacas, pues se sirven de pozos naturales. La población todavía usa pozos sépticos, los cuales pueden desembocar en las aguas limpias. La inseguridad y la poca cantidad de efectivos policiales para la parroquia son otros problemas que denuncian (Hipólito Torres. Entrevista personal en diciembre 12, 2008).

3.5.4.5.- Parcialidad vs. Independencia

No piden carnet de algún partido político como recaudo para entrar a la radio. Los requisitos son que los que quieran conducir un programa sean de la comunidad y que el mensaje que quieran transmitir esté acorde con la misma. “Cuando empezamos aquí, gente de la oposición era quien nos prestaba equipos ¡claro! Nosotros sabemos que si no fuera por este proceso revolucionario las radios comunitarias no existieran y por eso la mayoría de nosotros tenemos que tener un compromiso con el Estado” (Hipólito Torres. Entrevista personal en diciembre 12, 2008).

Han tenido problemas porque cuando han hecho críticas constructivas, las autoridades de turno chavistas los tildan de contrarrevolucionarios. “Nosotros queremos que en este proceso revolucionario haya las mejoras, las correcciones y la rectificación de las personas, que reconozcan que lo están haciendo mal” (Hipólito Torres. Entrevista personal en diciembre 12, 2008). Sospechan que algunos recursos que han solicitado no llegan porque los representantes de algún escalafón gubernamental están molestos con sus críticas.

Considera que no están politizados, pero admite que hay radios que sí pueden estarlo. “De repente la comunidad sí nos percibe como una radio política.

Pero nosotros tratamos de llevar un mensaje plural porque si no seríamos una radio del Estado. Tenemos que aprovechar la oportunidad de poder criticar” (Hipólito Torres. Entrevista personal en diciembre 12, 2008).

3.5.4.6.- Aspectos técnicos

Trabajan prácticamente con las uñas. No tienen la calidad que puede tener una radio comercial porque no cuentan con los recursos económicos y, al mismo tiempo que salen al aire, deben educar a las comunidades que participan en la radio.

“Nosotros tenemos una debilidad horita. El trasmisor tiene siete años trabajando y no tenemos con qué comprar otro. Está trabajando con baja potencia y no estamos llegando a todos los lugares donde debemos llegar porque además esta zona es problemática por lo montañoso de su geografía. A las personas que están aquí no es que se les paga un salario fijo pero hay que incentivarlos con algo. No es que te vas a lucrar pero todos necesitan comer” (Hipólito Torres. Entrevista personal en diciembre 12, 2008).

3.5.5.- Salvemos La Montaña 109.3 FM

Inspiradas por rescatar el patrimonio histórico-cultural indígena del territorio en el que viven, varias personas empezaron toda una investigación, por lo que están llevando a cabo un proyecto que incluye a la radio, pero ésta no es el centro. Su objetivo es hacer saber las bondades agrícolas, artísticas y turísticas que tiene la parroquia Altagracia de la Montaña (Aníbal Carrasco. Entrevista personal en diciembre 16, 2008).

El 17 de diciembre de 2001 y con el trasmisor compartido con las otras radios, salieron al aire por primera vez. Así lo hicieron todos los sábados de 12:00 del mediodía a las 6:00 de la tarde por más de un año. Se ubicaban en el núcleo

rural N° 68. Al año siguiente recibieron la habilitación HRSF-00029 y luego de utilizar el dial 93.5 FM, le asignaron la frecuencia 109.3 FM. En el 2004 se mudaron al primer piso del centro de acopio de Laguneta de la Montaña.

3.5.5.1.- Programación

Como estuvieron fuera del aire casi un año debido a problemas técnicos, en diciembre de 2008 apenas se estaban reincorporando y no tenían una parrilla de programación. No obstante, durante el tiempo que estuvieron trabajando de forma constante les daban mucha participación a los adolescentes que estudian en el liceo que está al lado de las instalaciones donde funcionan. Durante la semana, colocaban algunos programas grabados porque la gente de la comunidad trabaja, pero los fines de semana sí realizaban programas en vivo (Aníbal Carrasco. Entrevista personal en diciembre 16, 2008).

3.5.5.2.- Publicidad

Durante el tiempo que estuvieron al aire contaron con el patrocinio local y pusieron en marcha el trueque.

3.5.5.3.- Actividades

El 16 de diciembre de 2008 la radio estaba volviendo al aire. Llevaba sólo una semana con trasmisiones continuas, luego de un año sin actividades y de continuos problemas. Su reinauguración fue una fiesta enorme para recolectar fondos para la graduación del primer grupo de alumnos que salía del liceo donde está ubicada la radio. Antes de salir del aire le daban mucha importancia a las actividades de los consejos comunales y a transmitir información histórica de la parroquia (Aníbal Carrasco. Entrevista personal en diciembre 16, 2008).

Tienen la tecnología necesaria para recibir llamadas en vivo y mensajes de texto. Los invitados y especialistas son seleccionados de acuerdo a la temática del programa.

3.5.5.4.- Denuncias-logros

El ingreso de médicos y el mejoramiento de la infraestructura del ambulatorio. La construcción del liceo que está al lado de sus instalaciones es un logro de las críticas y peticiones de la radio (Aníbal Carrasco. Entrevista personal en diciembre 16, 2008).

3.5.5.5.- Parcialidad vs. Independencia

En esta radio no hay censura previa dada por la posición política de las personas, que vienen a hacer sus programas aquí. La radio no está para eso. Antes de salir del aire tenían un programa que se llamaba “Muchas voces” y que se transmitía los sábados, en el cual realizaban una discusión política a dos voces. Era un debate entre quienes apoyan al presidente Chávez y quienes lo adversan.

En Salvemos La Montaña están concientes de que muchas personas los consideran una radio chavista. “Me temo que es porque con la llegada del presidente, se potenciaron las radios comunitarias existentes y surgieron muchas otras vinculadas al mandatario nacional” (Aníbal Carrasco. Entrevista personal en diciembre 16, 2008).

3.5.5.6.- Aspectos técnicos

Saben que muchas personas los perciben como una radio de mala calidad, pero dicen que esa percepción surgió por la mala publicidad que le hicieron las emisoras privadas.

“En este momento nosotros somos la única radio comunitaria que está haciendo ruido, las demás no. Nuestro problema sí puede ser técnico, pero con respecto al contenido, nosotros contamos con excelente programación radial”. También necesitan repetidoras (Aníbal Carrasco. Entrevista personal en diciembre 16, 2008).

4.- MÉTODO

4.1.- Objetivos

4.1.1.- General:

Explorar si las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda, constituyen una alternativa comunicacional para solucionar los problemas de la comunidad que representan.

4.1.2.- Específicos:

Verificar si las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda, cumplen con su labor esencial de receptoras y divulgadoras de las denuncias de los problemas de la comunidad.

Comparar la imagen que los fundadores de las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda desean transmitir, con la percepción que tienen las comunidades de dichas emisoras.

Comprobar si existen tendencias político-partidistas en las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda y cómo influyen tales tendencias en el desempeño de sus funciones.

4.2.- Preguntas de la investigación

La presente investigación espera despejar las siguientes interrogantes:

- ¿Las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda constituyen una alternativa comunicacional para solucionar los problemas de la comunidad que representan?

- ¿Estas emisoras habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda cumplen con su labor esencial de receptoras y divulgadoras de las denuncias de los problemas de la comunidad?
- ¿Los integrantes de las comunidades de las parroquias estudiadas perciben a sus radios comunitarias como aliadas a la hora de solucionar situaciones que los afectan?
- ¿Las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda son realmente comunitarias o, por el contrario, propagandísticas?

4.3.- Tipo de Investigación

La investigación realizada es de carácter exploratorio, pues pretende “darnos una visión general, aproximada, respecto a un determinado objeto de estudio” (Sabino, 1992, p. 60). La finalidad no es generar conclusiones definitivas sino aproximaciones que permitan reconocer tendencias, corrientes o inclinaciones con respecto a las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda.

4.4.- Diseño de la Investigación

El tipo de diseño utilizado es el no experimental porque “no se ejerce control ni manipulación alguna sobre las variables bajo estudio, sino que se observa de manera no intrusiva el desarrollo de las situaciones y en virtud a un análisis cuidadoso se intenta extraer explicaciones de cierta validez” (<http://www.ucab.edu.ve>, disponible en octubre 27, 2008). También puede definirse como aquel en el que el investigador sólo observa alguna situación o hecho de ocurrencia natural, sin intervenir de ningún modo. No realiza manipulación de variables como sí se hace en la investigación experimental (FELMAN, 2001. P.p 29 y 34).

4.5.- Operacionalización

“Operacionalizar una característica o atributo no es más que hacerla factible de medición” (<http://www.ucab.edu.ve>, disponible en octubre 27, 2008). El proceso permite transformar características que no son evaluables en otras que sí lo son. Esto se puede lograr a través de cuadros técnicos-metodológicos.

4.5.1.- Dimensiones e indicadores

Las dimensiones o categorías son cada una de las grandes áreas concretas en que se pueden descomponer, en el caso de esta investigación, los objetivos específicos. Las radios comunitarias habilitadas, las comunidades que representan y el papel del órgano rector (CONATEL); son las tres grandes dimensiones que se estudian en este trabajo.

Los indicadores son los elementos específicos que constituyen una dimensión y que ayudan a definirla. Algunos indicadores de las radios comunitarias son: funciones, imagen que desean transmitir, tendencias políticos-partidistas de sus fundadores y/o directivos, entre otros. En el caso de las comunidades los elementos que la especifican son: problemas, denuncias, imagen que perciben de sus radios comunitarias, etc. De CONATEL es necesario saber qué requerimientos solicitan, cuál es el procedimiento que establece, cuánto tardan en dar una habilitación a una emisora de servicio público.

4.5.2.- Cuadros técnicos-metodológicos de los objetivos específicos

Tabla 6. Cuadro Técnico-Metodológico para el primer objetivo específico (levantado por las autoras)

Objetivo	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Fuentes
Verificar si las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda, cumplen con su labor esencial de receptoras y divulgadoras de las denuncias de los problemas de la comunidad	Radios comunitarias habilitadas	Requerimientos para lograr una habilitación Procedimiento para adquirir una habilitación Tiempo que tarda otorgar una habilitación	¿Cuántas radios comunitarias están habilitadas en el territorio nacional y en los Altos Mirandinos? ¿Qué requisitos exigen? ¿Cuál es el procedimiento a seguir? ¿Cuánto tiempo tarda otorgar una habilitación?	Entrevista	Conatel Fundación comunitaria
	Funciones de las radios comunitarias	Comunicar Denunciar Solucionar Entretener	¿Cuántos integrantes de la comunidad reciben diariamente?	Entrevista	Fundación comunitaria
	Problemas de las comunidades	Vialidad Transporte Servicios públicos Seguridad Educación Otros	¿Escucha la radio comunitaria de su sector? ¿Se siente tomado en cuenta por la radio de su comunidad? ¿Se ha comunicado con la radio comunitaria de su zona? ¿Ha asistido personalmente a la radio comunitaria de su zona? ¿Ha formulado denuncias en	Encuesta	Comunidad

			la radio comunitaria de su zona? Gracias a las denuncias que han hecho (usted u otras personas) en la radio comunitaria de su sector, ¿Las autoridades han resuelto alguno de los problemas denunciados?		
--	--	--	--	--	--

Tabla 7. Cuadro Técnico-Methodológico para el segundo objetivo específico (levantado por las autoras)

Objetivo	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Fuentes
Comparar la imagen que los fundadores de las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guacaipuro del estado Miranda desean transmitir, con la percepción que tienen las comunidades de dichas emisoras	Imagen que deseen transmitir	Imparcial Independiente Alternativa comunicacional	¿Cuál es la razón de ser de las radios comunitarias? ¿Todas las radios comunitarias habilitadas están cumpliendo esa razón de ser? ¿Qué deben mejorar? ¿Cómo estructura la programación diaria y semanal? ¿Qué actividades organizan en la emisora para beneficiar a la comunidad? ¿Cree que las radios comunitarias son percibidas como emisoras	Entrevista Entrevista	Conatel Fundación comunitaria

	Imagen que percibe la comunidad		<p>politizadas? ¿Cree que las radios comunitarias son percibidas como de baja calidad? ¿En la radio comunitaria de su zona comunican lo que realmente ocurre en la comunidad? ¿La radio comunitaria de su sector está politizada? ¿Qué clases de mensajes difunde para que usted crea que está politizada?</p>	Encuesta	Comunidad
--	---------------------------------	--	--	----------	-----------

Tabla 8. Cuadro Técnico-Methodológico para el tercer objetivo específico (levantado por las autoras)

Objetivo	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Fuentes
Comprobar si existen tendencias políticas partidistas en las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guacaipuro del estado Miranda y cómo influyen tales tendencias en el desempeño de sus	Tendencias político partidistas	Oficialismo	<p>¿Las radios comunitarias pueden tener una tendencia política? ¿Las radios comunitarias existen para hacer una crítica constructiva de cualquier gobierno? ¿Hay autocensura en las radios comunitarias? ¿Su tendencia política influye en la selección de los programas? ¿Hacen</p>	Entrevista	Conatel
		Oposición		Entrevista	Fundación comunitaria
		Partidos			Fundación comunitaria

funciones			críticas a las autoridades para solucionar los problemas de la comunidad? ¿Cree que las radios comunitarias deben estar parcializadas hacia una tendencia política? ¿La radio comunitaria de su sector está politizada?	Encuesta	Comunidad
-----------	--	--	---	----------	-----------

4.6.- Elaboración de instrumentos para recolección de información

4.6.1.- Selección

En un primer momento, estaba pautado entrevistar a la presidenta de CONATEL, Elda Rodríguez, pero no fue posible ya que luego de realizar varias llamadas telefónicas, consignar una comunicación escrita y esperar un mes, no se recibió respuesta alguna por lo que las investigadoras acudieron personalmente y en esa oportunidad fueron atendidas por María José Abatamarca, líder de proyecto del Departamento de Acompañamiento Técnico de CONATEL, quien ha estudiado el tema de las radios comunitarias y pudo suministrar información relevante para esta investigación.

La información fundamental que debía obtenerse en esta entrevista era el número de radios habilitadas en el municipio Guacaipuro del estado Miranda, la deficiencias que el ente regulador había observado en este tipo de medios y si entre estas irregularidades estaba la parcialidad político-partidista. Abatamarca respondió todas las preguntas formuladas.

En las entrevistas a los fundadores de las radios comunitarias se aspiraba conocer la historia de éstas, programación, disponibilidad de recibir denuncias y actuaciones comunicacionales realizadas para solventar problemas que aquejan a cada una de las comunidades que representan. Las respuestas de los entrevistados aclararon muchas de las interrogantes formuladas.

Las encuestas aplicadas tenían como objetivo sondear las opiniones que los habitantes de las comunidades poseían de su radio comunitaria. Lo que posteriormente permitiría comparar la información suministrada por los fundadores de las emisoras y los datos facilitados por la comunidad, en cuanto a problemas resueltos o ignorados.

4.6.2.- Diseño

Se plasmaron en papel las preguntas que fueron realizadas, con la redacción y el orden más adecuados. Se utilizaron distintos tipos de niveles de medición de las respuestas: nominal (vialidad, transporte, servicios, seguridad, educación, otros), ordinal (siempre, muchas veces, pocas veces, nunca) y de intervalo (edades).

4.6.3.- Validación

La validación de los instrumentos (guía de entrevistas y encuestas) estuvo a cargo de la tutora Carlota Fuenmayor y los profesores de las cátedras Seminario de Grado I y II (Jorge Ezenarro, Romina Pereira y Diana Montero). Ellos se encargaron de verificar que, tanto desde el punto de vista de contenido como de forma, los cuestionarios estuvieran bien redactados.

4.6.4.- Ajuste

Se aplicó el primer modelo de cuestionario a un grupo piloto de 20 personas en la parroquia Paracotos, el mismo día que se realizó la entrevista al fundador de la radio comunitaria. Esta prueba permitió corregir algunas palabras poco comprendidas y, en algunos casos, ampliar las opciones de respuestas.

4.7.- Diseño del plan operativo de muestreo

4.7.1.- Definición de la población de interés

Para lograr datos relevantes es necesario especificar una población de estudio. Ésta representa a un grupo de sujetos que tienen características en común para el investigador. Es definida textualmente como “el conjunto de elementos o unidades para la cual serán validadas las conclusiones que se obtengan en una investigación determinada” (Sabino, 1992, p.35). La población en general del municipio Guaicaipuro comprende siete parroquias: Los Teques (232.406 habitantes), Altagracia de la Montaña (4.525 habitantes), Cecilio Acosta (16.715 habitantes), El Jarillo (2.180 habitantes), Paracotos (13.604 habitantes), San Pedro (12.439 habitantes) y Táchata (4.258); lo que equivale a una población total de 286.127 habitantes. Las cifras forman parte de las proyecciones poblacionales de 2008, calculadas por el Instituto Nacional de Estadística (INE) con base en el censo de 2001 (<http://www.ocei.gov.ve>, disponible en noviembre 18, 2008).

4.7.2.- Método de recolección de datos

Los instrumentos con los cuales se recabaron datos para esta investigación fueron: entrevistas y encuestas (cuestionarios cerrados). La entrevista es un proceso de preguntas y respuestas, “donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones” (Sabino, 1992, p. 156).

En este estudio, el tipo de entrevista utilizado fue el no estructurado con pautas o guías, es decir, el investigador tiene libertad para formular las preguntas pero se guía por una lista de puntos de interés (Sabino, 1992, p. 157-158).

También se utilizó el cuestionario cerrado, es decir, con opciones de repuestas para poder contabilizar los resultados con mayor facilidad y precisión. El instrumento consta de seis datos de identificación y diez interrogantes relacionadas directamente con el tema investigado. Los ítems N° 6 y 10 constan de dos partes: si la persona contesta positivamente debe seleccionar otras opciones planteadas. Dos preguntas que tienen significativa importancia son las N° 7 y 9, pues aunque las personas no escuchen la radio comunitaria de su sector pueden responderlas sin mayor complicación, éstas se refieren a lo que quieren escuchar los ciudadanos en sus emisoras de servicio público sin fines de lucro.

4.7.3.- Escogencia del marco de muestreo

Las entrevistas fueron aplicadas a autoridades de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), que es el órgano regulador de las radios comunitarias. Igualmente, se realizó observación directa del servicio de las emisoras comunitarias habilitadas ubicadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda y entrevistas a los integrantes de las fundaciones comunitarias.

Para cumplir los objetivos planteados, se aplicaron las encuestas a los miembros de los sectores donde están ubicadas las emisoras comunitarias a investigar. Los sectores seleccionados son: Paracotos (Radio Yoraco); El Pueblo, San Diego (Radio San Diego); Laguneta de La Montaña (Radio Salvemos La Montaña); y Los Teques (Radio La Voz de Guaicaipuro).

4.7.4.- Selección del método de muestreo

Como la densidad poblacional es elevada se escoge una muestra que permita explicar determinados aspectos y comportamientos tanto de las radios como de las comunidades que representan. La muestra es simplemente “una parte representativa de un conjunto, población o universo, cuyas características debe reproducir en pequeño lo más exactamente posible” (Sierra, 1992, p. 174). También hay que recalcar que esta porción seleccionada es no probabilística, es decir, “que no todos los integrantes de la población habrán de tener la misma probabilidad de formar parte de la muestra” (Ramírez, 1993, p. 67), por lo que no es pertinente hacer generalizaciones o inferencias definitivas para toda la población. A la vez el tipo de muestreo será intencional, lo que significa que las unidades no se escogen “en forma fortuita sino completamente arbitraria, designando a cada unidad según características que para el investigador resulten de relevancia” (Sabino, 1992, p. 120).

Para los efectos de esta investigación se delimitó la muestra a habitantes del municipio Guaicaipuro con edades comprendidas entre 20 y 34 años, pues son personas que normalmente tienen el nivel de conciencia adecuado para entender e interpretar los mensajes difundidos por los medios de comunicación, entre éstos las radios comunitarias. El INE para el año 2008 estimaba que de 20 a 24 años existían 28.699 habitantes, de 25 a 29 había 28.522 habitantes y de 30 a 34 años la población era de 27.330 habitantes, es decir, que en total la población seleccionada es de 84.551 (<http://www.ocei.gov.ve>, disponible en diciembre 1, 2008). Sin embargo, se le dará prioridad a estos grupos de edad que estén residenciados en las parroquias donde se encuentran ubicadas las cuatro radios habilitadas en el municipio Guaicaipuro.

4.7.5.- Determinación del tamaño de la muestra

Como el muestreo es no probabilístico, no se realizan cálculos matemáticos para determinar el número de integrantes de la muestra, sino que dicha cifra viene dada subjetivamente por los investigadores. Éstos proceden “en cierta forma a ciegas”, pues no tienen una idea del error que pueden estar introduciendo en sus apreciaciones y, por lo tanto, no pueden hacer generalizaciones. (Sabino, 1992, p. 119).

Dentro de la planeación se aplicó el cuestionario a una muestra de 200 personas con las edades delimitadas anteriormente (entre 20 y 34 años) y residenciadas en las parroquias donde se encuentran ubicadas las radios comunitarias habilitadas. De esta forma, se hizo una división equitativa del número de la muestra entre las cuatro emisoras existentes, es decir, por cada parroquia se aplicaron 50 cuestionarios. Tal segmentación se hizo debido a que cada radio comunitaria ha hecho el mismo esfuerzo para llegar a los habitantes de su parroquia, sin importar el tamaño de la misma. Es decir, a pesar de que la parroquia Los Teques tiene muchos más habitantes que el resto de las zonas estudiadas, éstas tienen la misma importancia de estudio, pues han cumplido con todos los requisitos socioeconómicos, legales y técnicos para poder salir al aire. Nuevamente se aclara que la finalidad no es hacer generalizaciones, sino sondear la opinión de algunos integrantes de las comunidades.

4.7.6.- Elección de los elementos de la muestra

Se realizó una entrevista a María José Abatemarco, líder de proyecto del departamento de acompañamiento técnico de CONATEL, ente que se encarga de visitar y supervisar cada una de las radios comunitarias –habilitadas o clandestinas- existentes en el país. También se entrevistó a los fundadores de las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda.

Las encuestas –como ya se dijo- fueron aplicadas a personas con edades comprendidas entre 20 y 34 años y residenciadas en las parroquias donde se encuentran ubicadas las radios comunitarias habilitadas.

4.7.7.- Ejecución del plan de trabajo

La entrevista a la autoridad de Conatel se realizó de forma personal en la sede de este ente, ubicada en la avenida Veracruz, urbanización Las Mercedes, edificio Conatel.

Las entrevistas a los fundadores de las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda se efectuaron personalmente en las sedes de dichas emisoras, lo que permitió observar directamente el funcionamiento de las mismas.

Las encuestas fueron aplicadas a los habitantes de las parroquias donde se ubican las radios comunitarias habilitadas, específicamente, en paradas o plazas para poder consultar a habitantes de distintos sectores.

5.- DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1.- Logística del trabajo

Para llevar a cabo esta investigación fue necesario realizar un instrumento que, para ser aplicado, debía ser validado por un mínimo de tres profesores de la UCAB.

En el caso del representante de CONATEL y de los fundadores y/o directivos de las radios comunitarias, se redactó una serie de preguntas que guiaron la entrevista, mientras que el instrumento aplicado a los miembros de la comunidad fue un cuestionario cerrado.

Luego de ser validados los instrumentos, se procedió a reproducirlos en cantidades suficientes y a establecer los contactos, a través de llamadas y visitas necesarias para conseguir las citas con algún representante de CONATEL y con los fundadores de las radios.

Se redactó y entregó personalmente una carta en CONATEL, solicitando una audiencia con Elda Rodríguez Fernández, directora general de CONATEL; en el caso de los fundadores de las radios comunitarias, éstos fueron contactados vía telefónica para acordar las visitas a las distintas emisoras. También se enviaron correos electrónicos a representantes de la AMARC.

5.2.- Recolección de datos

Para concertar una cita con algún representante de CONATEL, luego de redactar y entregar la carta, fue necesaria una gran cantidad de llamadas diarias durante, aproximadamente, un mes. Según la información suministrada por varias secretarías, Elda Rodríguez estaba muy ocupada para la fecha (el instituto estaba

de aniversario) y le era casi imposible dedicar tiempo a la entrevista. Luego de un mes, se decidió ir de nuevo personalmente. En esta oportunidad, María José Abatemarco, líder de proyecto del departamento de acompañamiento técnico de CONATEL, accedió a conceder la entrevista y procedió a responder las preguntas explícitamente.

Luego de conocer cuáles radios comunitarias estaban autorizadas o habilitadas por CONATEL en el municipio Guaicaipuro del estado Miranda y sus respectivos números telefónicos, se procedió a contactar a los directivos de las cuatro emisoras habilitadas; cada uno de ellos fue bastante receptivo y sin problemas se concretaron las entrevistas. Los encuentros se llevaron a cabo en las fechas pautadas, salvo en un caso aislado, que su fundador no pudo prestar la atención acordada por teléfono, pues tuvo que viajar inesperadamente y fue necesario pautar una nueva fecha.

Inicialmente, se tenía pautado entrevistar también a los moderadores de programas informativos (noticiarios) de las cuatro radios comunitarias habilitadas en la zona estudiada, sin embargo, ninguna de las emisoras poseía –formalmente– este tipo de programación, donde dejaran claro que las noticias difundidas no tenían ningún juicio de valor.

Esta falta de especificación hace que los receptores de sus mensajes no cuenten con las pautas necesarias para juzgar los contenidos que difunden tales emisoras.

Para aplicar las encuestas a los integrantes de la comunidad, se visitaron los distintos sectores las veces necesarias (dos o tres) hasta llenar el número requerido de cuestionarios (50 en cada comunidad). Específicamente se seleccionaron las paradas y plazas como sitios para aplicar los instrumentos, pues en estos lugares transita un mayor número de personas. Además, todos los

encuestados contaron con el asesoramiento de los investigadores, porque algunos tenían dudas sobre cuál era la radio comunitaria de su localidad.

Las mayores dificultades que se tuvieron con la comunidad fueron: algunos consultados no querían dar a conocer su nombre ni su edad, algunos no entendían el fin de la encuesta y otros –como ni siquiera sabían el nombre de la radio- no sabían qué tenían que responder.

5.3.- Codificación y vaciado de respuestas

“Finalizadas las tareas de recolección el investigador quedará en posesión de un cierto número de datos, a partir de los cuales será posible sacar las conclusiones generales que apunten a esclarecer el problema formulado en los inicios de la investigación” (Sabino, 1992, p. 172). En este caso, se intentó explorar si las radios comunitarias habilitadas en el municipio Guaicaipuro representan a su comunidad y ayudan a encontrar soluciones a los problemas que aquejan a los habitantes de su respectiva parroquia.

Tomando en consideración que el instrumento más importante utilizado para esclarecer el problema formulado es un cuestionario cerrado que busca obtener valores cuantitativos -con los cuales se logre el sondeo propuesto- el software que se utilizó para vaciar la información obtenida y calcular resultados estadísticos fue Excel de Microsoft Office, el cual fungió como fichero de datos recogidos y permitió hacer las sumatorias de los resultados obtenidos en cada una de las radios comunitarias.

El proceso siguiente fue: convertir los datos cualitativos en cuantitativos a través del tratamiento de cada pregunta, hacer las equivalencias de las unidades en porcentajes, analizar individualmente cada dato y cruzar la información que introdujera resultados interesantes y que contribuyeran, en gran medida, al

estudio. Todo lo anterior en el software SPSS. La interpretación de todos los datos obtenidos fue el último paso realizado.

Por otra parte, la información recabada a través de las entrevistas se manejó como fuente de datos cualitativos que contribuyeron a la construcción del marco referencial de la investigación. La recolección de la información facilitada por el ente regulador, las radios y las comunidades permitió descubrir si la cadena de comunicación alternativa funciona o no en el municipio Guaicaipuro de estado Miranda.

5.4.- Interpretación de resultados

5.4.1.- Resultados generales

5.4.1.1.- Datos de identificación N° 1: Nombre de los encuestados

Tabla 9. Datos del nombre de los encuestados (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Se identificó	192	96%
No se identificó	8	4%
Total	200	100%

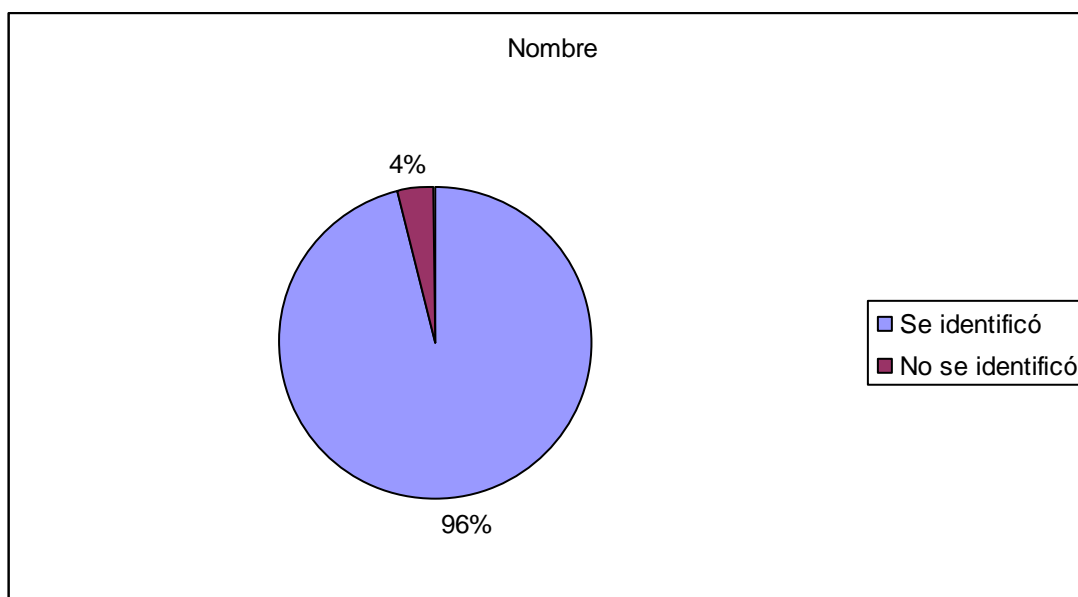


Gráfico 1. Distribución porcentual del nombre de los encuestados

Descripción: entre los datos de identificación de los encuestados se solicitó su nombre para sondear si existía temor a facilitarlo. En el caso de los 200 instrumentos aplicados 192 personas (96%) consultadas no tuvieron miedo de dar sus opiniones con nombre y apellido.

5.4.1.2.- *Datos de identificación N° 2: Sexo o género de los encuestados*

Tabla 10. *Datos del sexo o género de los encuestados (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)*

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Masculino	74	37%
Femenino	126	63%
Total	200	100%

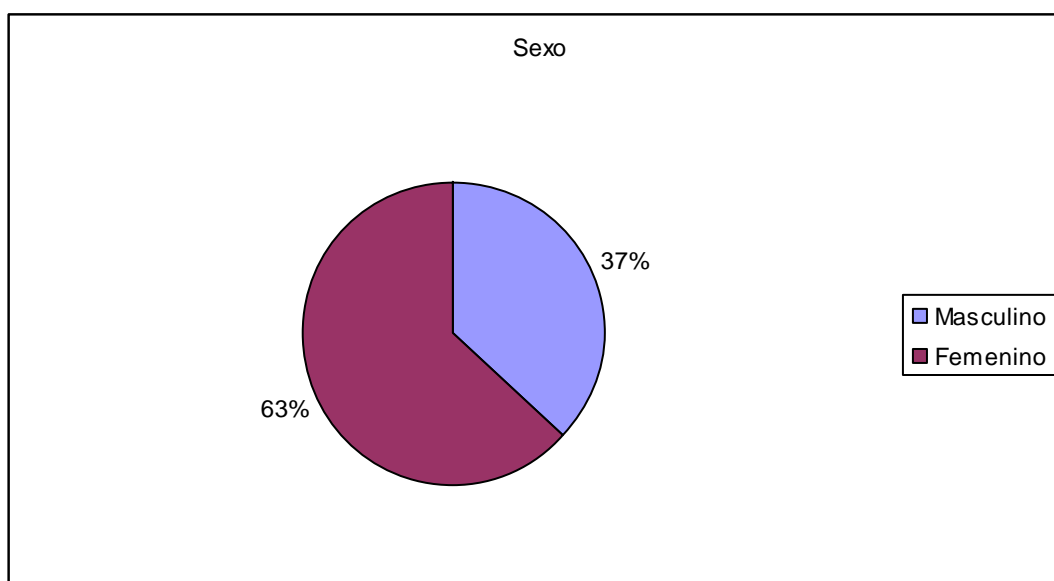


Gráfico 2. Distribución porcentual del sexo de los encuestados

Descripción: La mayoría de los encuestados (63%) pertenece al sexo femenino.

5.4.1.3.- Datos de identificación N° 3: Edades de los encuestados

Tabla 11. Datos de las edades de los encuestados (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
20 años	16	8%
21 años	17	8.5%
22 años	10	5%
23 años	9	4.5%
24 años	10	5%
25 años	17	8.5%
26 años	14	7%
27 años	14	7%
28 años	10	5%
29 años	15	7.5%
30 años	9	4.5%
31 años	13	6.5%
32 años	12	6%
33 años	13	6.5%
34 años	21	10.5%
Total	200	100%

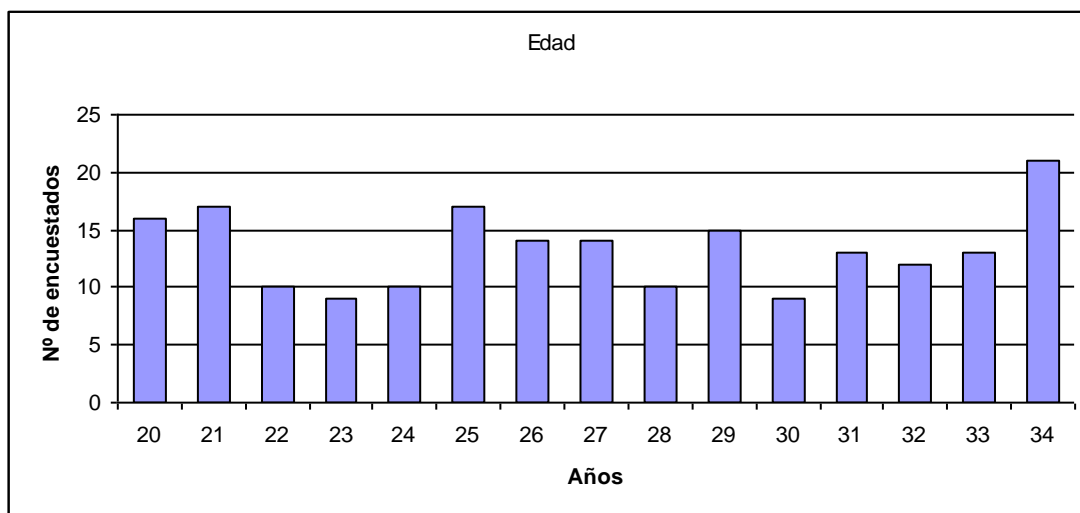


Gráfico 3. Distribución de las edades de los encuestados

Descripción: Dentro del rango de edades seleccionado para esta investigación (de 20 a 34 años), los consultados con 34 años fueron mayoría (21 personas).

5.4.1.4.- Datos de identificación N° 4: Domicilio del encuestado

Tabla 12. Datos del domicilio de los encuestados (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Cerca de la radio comunitaria	83	42%
Lejos de la radio comunitaria	117	58%
Total	200	100%

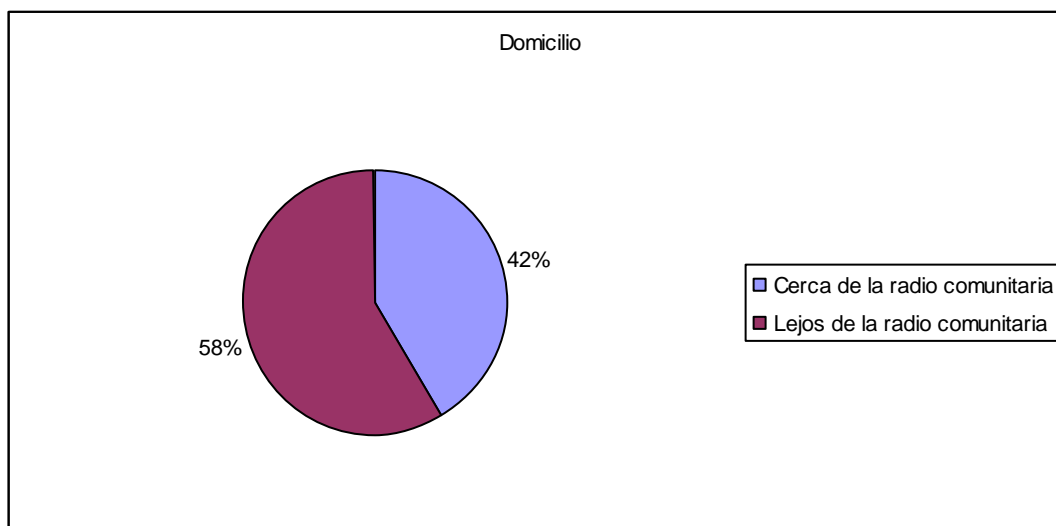


Gráfico 4. Distribución porcentual del domicilio de los encuestados

Descripción: Se consultó el domicilio de los 200 encuestados para determinar la cercanía o lejanía de su residencia a la sede de la radio comunitaria. La mayoría de los consultados (58%) vive lejos de la radio comunitaria de su sector.

5.4.1.5.- Datos de identificación N° 5: ¿Pertenece al consejo comunal?

Tabla 13. Datos de la pertenencia de los encuestados al consejo comunal (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Sí	17	9%
No	183	91%
Total	200	100%

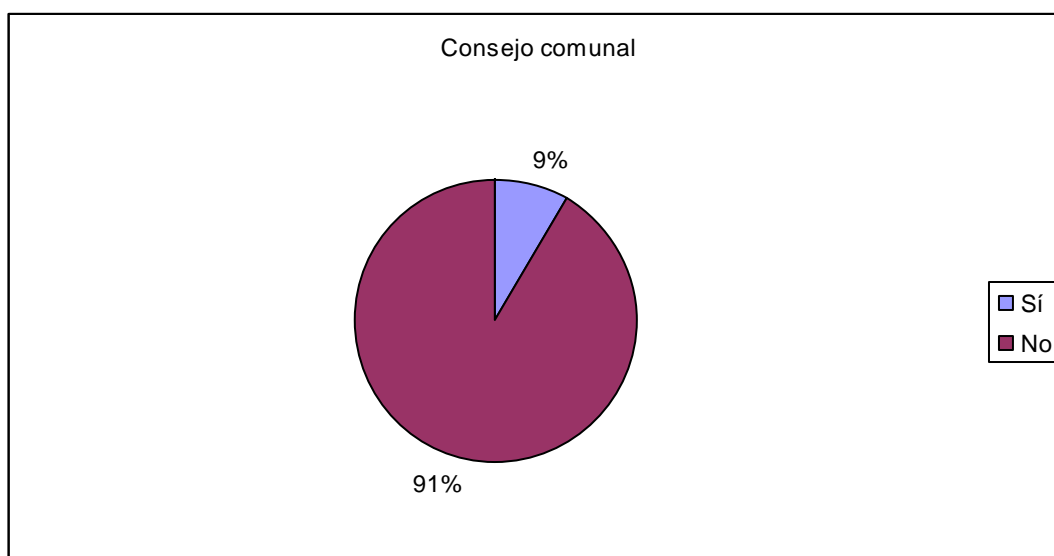


Gráfico 5. Distribución porcentual de la pertenencia de los encuestados al consejo comunal

Descripción: Se consultó a los 200 encuestados si pertenecían al consejo comunal de su sector para determinar si ese cargo y su compromiso con la comunidad, los relacionaban con la radio de su zona o no. La mayoría de los consultados (91%) no forma parte del consejo comunal.

5.4.1.6.- Datos de identificación N° 6: ¿Sabe el nombre de la radio comunitaria de su sector?

Tabla 14. Datos del conocimiento del nombre de la radio comunitaria (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Lo sabía	81	41%
No lo sabía	119	59%
Total	200	100%

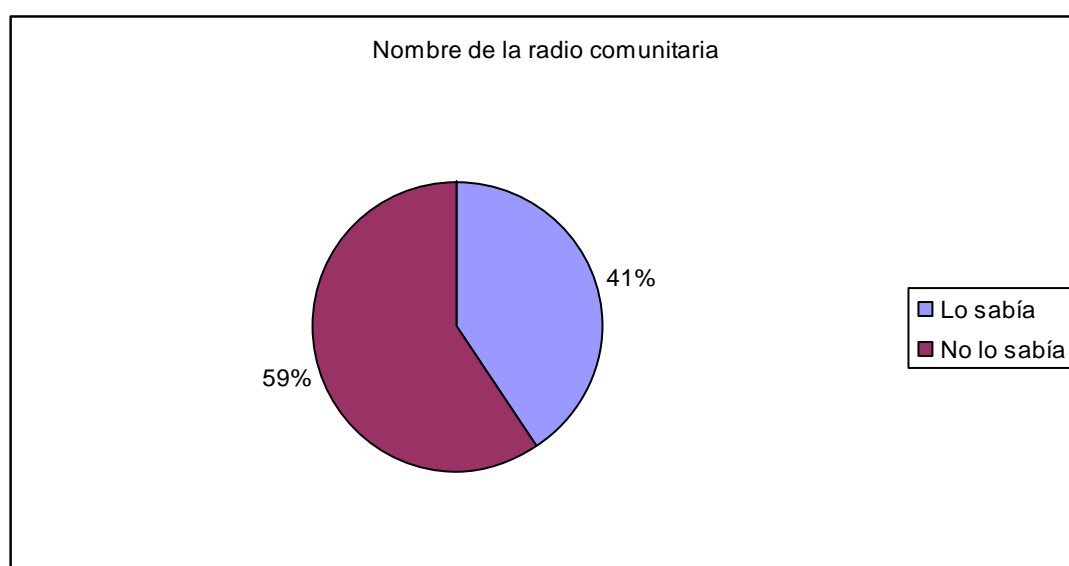


Gráfico 6. Distribución porcentual del conocimiento del nombre de la radio comunitaria del sector

Descripción: La mayoría de las personas consultadas (119 personas) desconoce el nombre de la radio comunitaria de la zona donde habita.

5.4.1.7.- Ítem N° 1: ¿Escucha la radio comunitaria de su sector?

Tabla 15. Datos de los encuestados que escuchan la radio comunitaria (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Siempre	7	4%
Muchas veces	14	7%
Pocas veces	90	45%
Nunca	89	44%
Total	200	100%

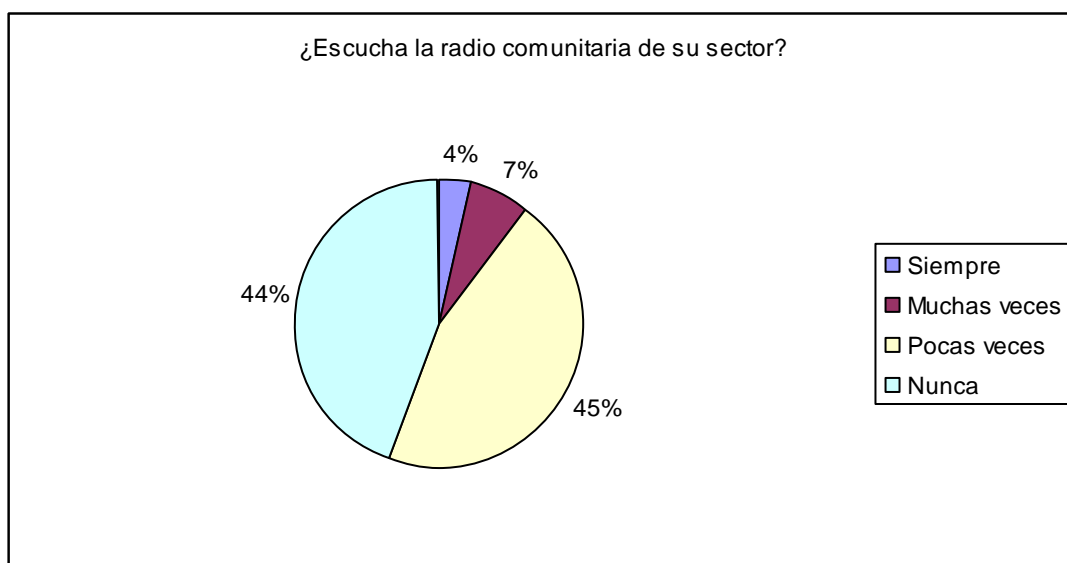


Gráfico 7. Distribución porcentual de los encuestados que escuchan la radio comunitaria

Análisis: La mayoría de los encuestados (45%) escucha pocas veces la radio comunitaria de su sector. Mientras que un porcentaje muy similar (44%) respondió que no la escucha nunca. Estos resultados evidencian que los mensajes de las radios comunitarias estudiadas no están llegando lo suficiente a los consultados, cuestión que se ve reflejada en las respuestas de las preguntas posteriores.

5.4.1.8.- Ítem N° 2: ¿Se siente tomado en cuenta por la radio de su comunidad?

Tabla 16. Datos de los encuestados que se sienten tomados en cuenta por la radio comunitaria (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Siempre	10	5%
Muchas veces	19	10%
Pocas veces	43	22%
Nunca	122	60%
No sabe/no responde	6	3%
Total	200	100%

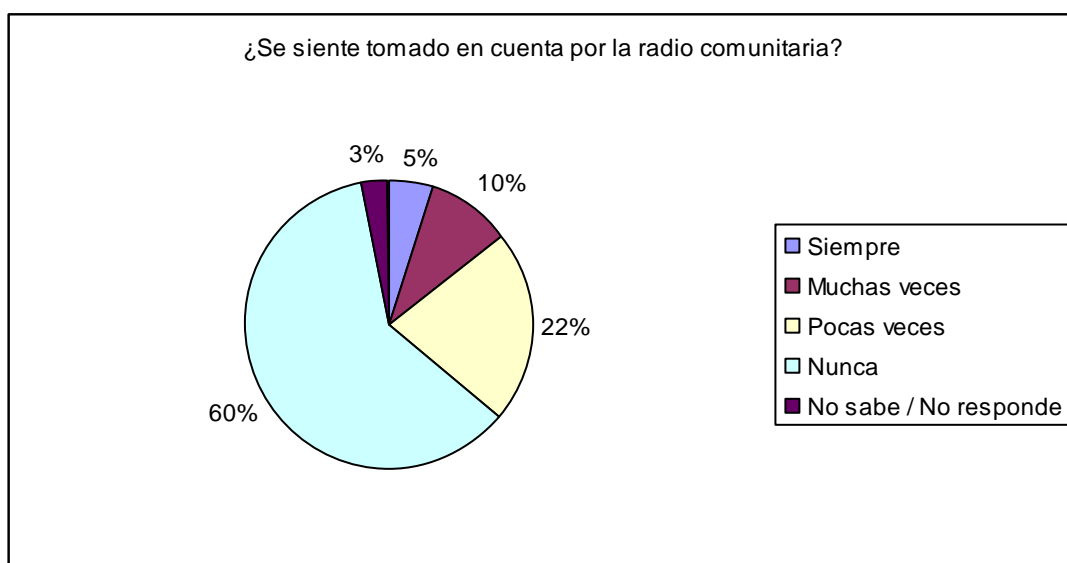


Gráfico 8. Distribución porcentual de los encuestados que se sienten tomados en cuenta por la radio comunitaria de su sector

Análisis: La mayoría de los consultados (60%) no se siente tomada en cuenta por la radio de su comunidad, es decir, existe poca vinculación entre las emisoras comunitarias y los encuestados.

5.4.1.9.- Ítem N° 3: ¿Se ha comunicado con la radio comunitaria de su zona?

Tabla 17. Datos de los encuestados que se han comunicado con la radio comunitaria (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Siempre	1	1%
Muchas veces	5	3%
Pocas veces	41	20%
Nunca	153	76%
Total	200	100%

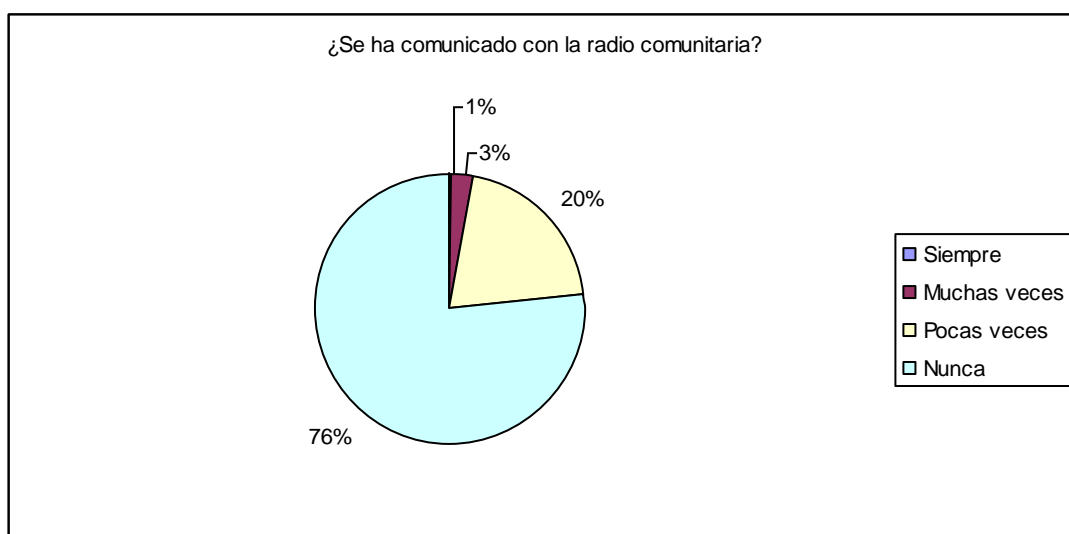


Gráfico 9. Distribución porcentual de los encuestados que se han comunicado con la radio comunitaria

Análisis: La mayoría de los encuestados (153 personas) nunca se ha comunicado con la radio de su sector, es decir, los consultados no tienen interés en difundir sus saludos u opiniones en la emisora de servicio público creada para ser un escenario de participación comunicacional. Vale destacar que esta respuesta está relacionada con que la mayoría de los informantes no escuchan las radios comunitarias.

5.4.1.10.- Ítem N° 4: ¿Ha asistido personalmente a la radio comunitaria de su zona?

Tabla 18. Datos de los encuestados que han asistido a la radio comunitaria (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Siempre	1	1%
Muchas veces	3	2%
Pocas veces	28	14%
Nunca	168	83%
Total	200	100%

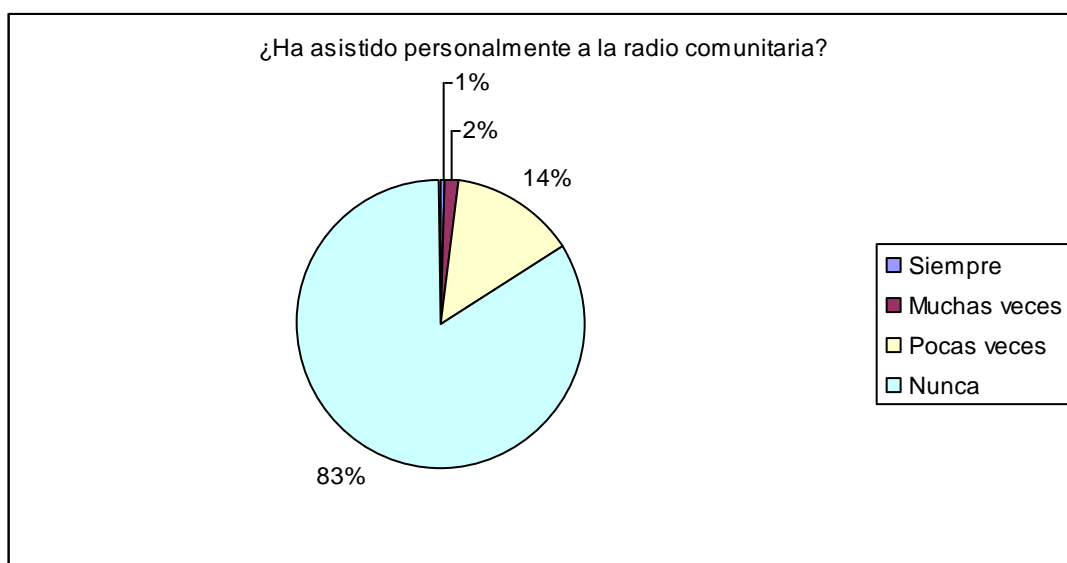


Gráfico 10: Distribución porcentual de los encuestados que han asistido a la radio

Análisis: La mayoría de los consultados (83%) nunca ha asistido a las instalaciones de la emisora. Este es otro dato que permite a los investigadores interpretar que existe poca vinculación entre los encuestados y la radio de su sector.

5.4.1.11.- Ítem N° 5: ¿Ha formulado denuncias en la radio comunitaria de su zona?

Tabla 19. Datos de los encuestados que han formulado denuncias en la radio comunitaria (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Siempre	1	1%
Muchas veces	3	2%
Pocas veces	30	15%
Nunca	166	82%
Total	200	100%

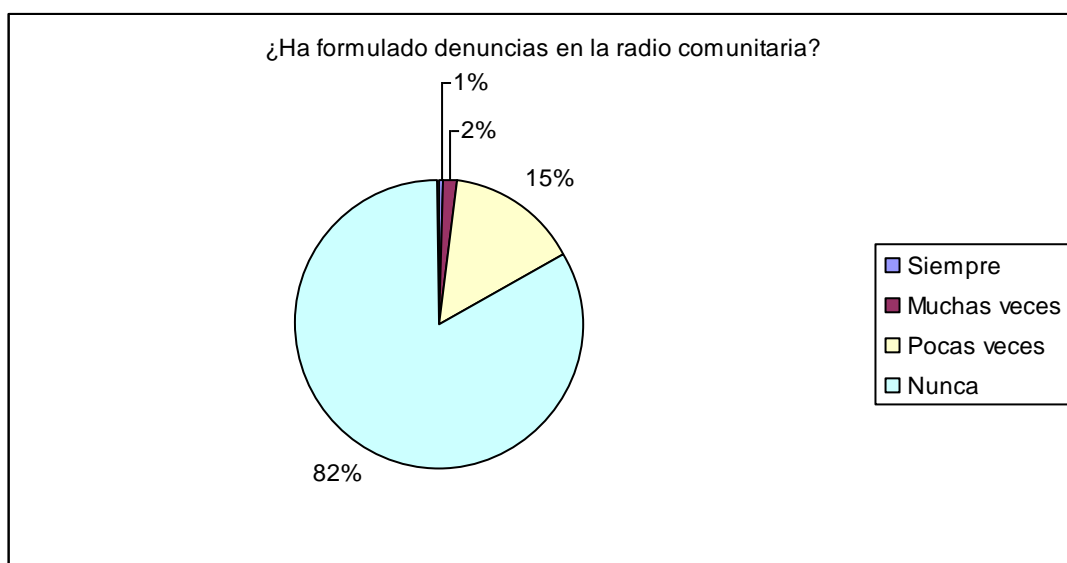


Gráfico 11. Distribución porcentual de los encuestados que han formulado denuncias en la radio comunitaria

Análisis: El 82% de las personas consultadas nunca ha denunciado algún problema que afecte a la comunidad a través de la radio comunitaria, es decir, los encuestados no ven a este medio como un intermediario efectivo para lograr las soluciones a los inconvenientes de su sector. Nuevamente se vislumbra la casi inexistente relación entre las radios comunitarias y los encuestados.

5.4.1.12.- Ítem N° 6: Gracias a las denuncias que han hecho (usted u otras personas) en la radio comunitaria de su sector, ¿Las autoridades han resuelto alguno de los problemas denunciados?

Tabla 20. Datos de los problemas denunciados y solucionados (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Sí	35	18%
No	28	14%
No sabe/No responde	137	68%
Total	200	100%

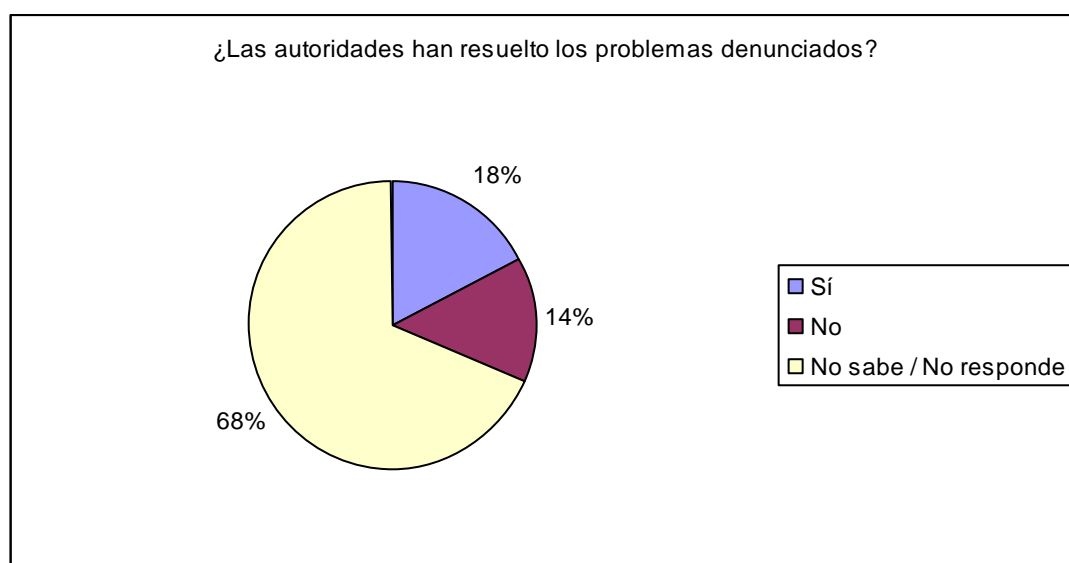


Gráfico 12. Distribución porcentual de los problemas denunciados y solucionados

Análisis: La mayoría de los encuestados (137 personas) no sabía o no respondió si las autoridades habían resuelto alguno de los problemas denunciados en la radio comunitaria de su sector.

5.4.1.13.- Ítem N° 7: ¿Qué clase de temas cree que debe difundir la radio comunitaria de su zona?

Tabla 21. Datos de los temas que los consultados creen que deben difundir las radios comunitarias (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Información	98	27%
Opinión	28	8%
Publicidad	12	3%
Propaganda oficial	2	1%
Propaganda electoral	3	1%
Entretenimiento	50	14%
Denuncias	118	32%
Todo lo anterior	52	14%

Nota: estos porcentajes no son proporcionales al 100% de la muestra consultada (200 personas), pues un mismo encuestado podía seleccionar varias opciones.

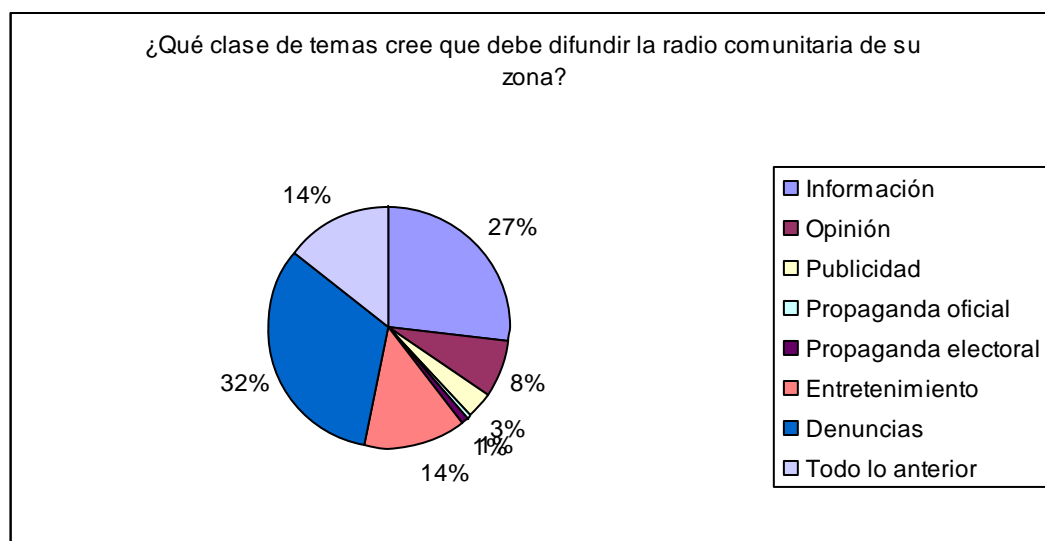


Gráfico 13: Distribución porcentual de los temas que los consultados creen que deben difundir las radios comunitarias

Análisis: La mayoría de los encuestados cree que en la radio comunitaria deben difundir, principalmente, denuncias y luego información. La tercera opción que tuvo más votos fue “todo lo anterior”, es decir, información, opinión, publicidad, propaganda oficial y electoral, entretenimiento y denuncias. Los consultados quieren escuchar diversidad de temas.

5.4.1.14.- Ítem N° 8: *¿En la radio comunitaria de su sector comunican lo que realmente está ocurriendo en la comunidad?*

Tabla 22. *Datos de la coherencia entre lo que comunica la radio comunitaria y lo que ocurre en la comunidad (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)*

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Sí	62	31%
No	27	14%
No sabe/No responde	111	55%
Total	200	100%



Gráfico 14. Distribución porcentual de la coherencia entre lo que comunica la radio comunitaria y lo que ocurre en la comunidad

Análisis: La mayoría de los encuestados (111 personas) no sabe o no responde si la radio comunitaria de su sector comunica lo que realmente está ocurriendo en la comunidad. Existe una desvinculación significativa entre la emisora de servicio público y los consultados.

5.4.1.15.- Ítem N° 9: ¿Cree que las radios comunitarias deben estar parcializadas hacia una tendencia político-partidista?

Tabla 23. Datos de la creencia de los encuestados sobre si las radios comunitarias deben estar parcializadas (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Sí	15	8%
No	178	88%
No sabe/No responde	7	4%
Total	200	100%

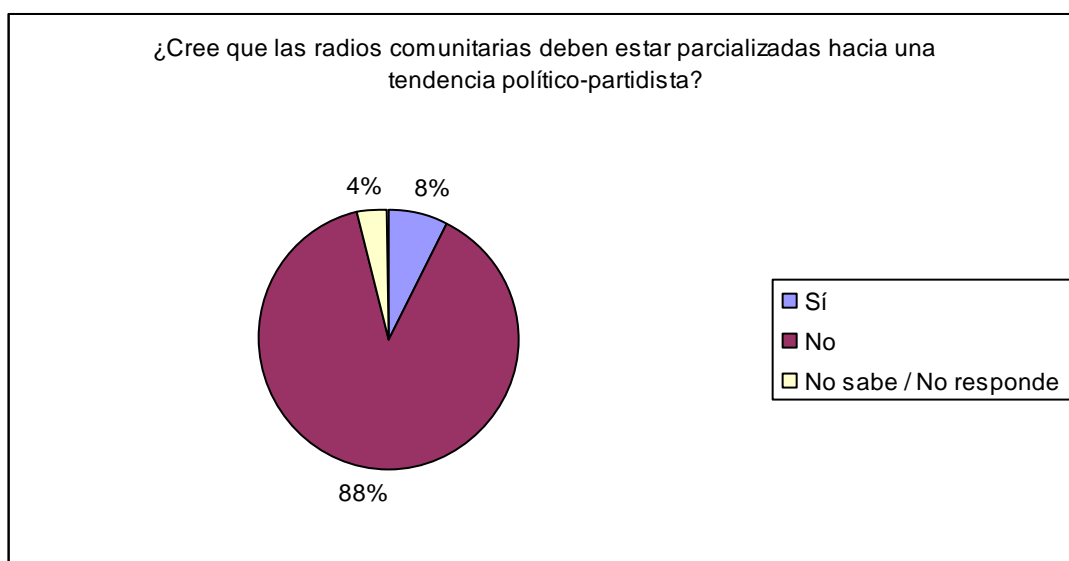


Gráfico 15. Distribución porcentual de la creencia de los encuestados sobre si las radios comunitarias deben estar parcializadas

Análisis: El 88% de los encuestados (178 personas) cree que las radios comunitarias no deben estar parcializadas hacia una tendencia político-partidista, es decir, la mayoría de los consultados desea que en las emisoras de servicio público se les de cabida a todos los ciudadanos sin distinción ideológica.

5.4.1.16.- Ítem N° 10: ¿La radio comunitaria de su sector está politizada?

Tabla 24. Datos de la politización de la radio comunitaria (tomados de la aplicación del instrumento, 2009)

Opción de Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Sí	67	34%
No	34	17%
No sabe/No responde	99	49%
Total	200	100%



Gráfico 16. Distribución porcentual de la politización de la radio comunitaria

Análisis: La mayoría de los consultados (99 personas) no sabía o no respondía a la pregunta de si la radio comunitaria de su sector estaba politizada. Un 34% contestó que sí estaba parcializada a favor del oficialismo, pues difundían tanto información como opinión en beneficio del Gobierno y propaganda electoral de sus candidatos.

5.4.2.- Comparación de los resultados obtenidos en cada una de las radios estudiadas

En las cuatro radios comunitarias estudiadas la tendencia de los resultados fue la misma, tanto en los datos de identificación de los encuestados como en las preguntas propiamente dichas de la investigación. Sin embargo, algunos aspectos que pueden destacarse como pequeñas diferencias son:

- Radio San Diego fue la que obtuvo mejores resultados, tomando en cuenta que -en comparación con las otras radios- los encuestados recordaban más el nombre de la emisora (35 personas) y la escuchaban en mayor medida aunque fuera pocas veces (31 sujetos). Debe destacarse que fue donde hubo mayor número de consultados que respondieron que estaba politizada (25 individuos).
- Salvemos La Montaña fue la que presentó peores resultados. Sólo cinco personas recordaban su nombre y 50% de los consultados no la había escuchado nunca. Vale recordar que estuvieron más de un año fuera del aire, situación que se vio reflejada en los números obtenidos.
- Yoraco fue la que obtuvo mejores resultados en el ítem N° 8, referido a si la radio comunitaria difundía lo que realmente estaba pasando en la comunidad. 28 personas de las 50 consultadas en la parroquia Paracotos respondieron afirmativamente. También alcanzó las mejores cifras en la pregunta N° 2, la cual trata sobre si los encuestados se sienten tomados en cuenta por la radio comunitaria. 20 individuos contestaron que pocas veces.
- La voz de Guaicaipuro fue la que reflejó el mayor número de consultados que no sabían o no respondían la mayoría de las preguntas. 33 personas de las 50 encuestadas nunca habían escuchado La Voz de Guaicaipuro y eso ocasionó que no supieran las respuestas de muchos de los ítems posteriores.

5.4.3.- Cruces de resultados

Del cruce del dato de identificación de domicilio con el ítem N° 1, relacionado a la frecuencia con que los habitantes escuchan la radio comunitaria de su parroquia, se consiguió que 64 personas (32% de los 200 consultados) que viven lejos de la radio comunitaria respondieron que nunca la habían escuchado, mientras sólo 25 (12,5%) que viven cerca tampoco la habían sintonizado. En cuanto a la respuesta “pocas veces” los resultados fueron equitativos, 45 (22,5%) que viven lejos la seleccionaron, de la misma manera que otros 45 (22,5%) que habitan cerca de la sede de la emisora. La respuesta “muchas veces” también fue equilibrada, pues la escogieron siete individuos (3,5%) que viven lejos y siete (3,5%) residenciados cerca. Seis (3%) que se hallan cerca respondieron “siempre”. Sólo uno (0,5%) que vive lejos seleccionó esta última alternativa. Según estas cifras, podría afirmarse que la distancia entre los lugares de residencia de los consultados y la sede de la radio comunitaria influye en que ésta sea escuchada o no por los habitantes del sector. Probablemente las deficiencias técnicas que mencionaron los fundadores y/o directivos de las radios comunitarias tienen repercusión en que a las personas que viven lejos no les llegue la señal (Ver anexo M).

En la intersección de la pertenencia al consejo comunal con el hecho de que la gente escuche la radiodifusora, se encontró que 85 encuestados (42,5%) que no forman parte del consejo comunal respondieron que nunca escuchaban la radio comunitaria, mientras que cuatro personas que sí pertenecen tampoco la han oído. Otros 85 consultados (42,5%) que no pertenecen al consejo comunal respondieron que pocas veces la han sintonizado, a la vez que cinco sujetos (2,5%) que sí corresponden a estos grupos contestaron la misma alternativa. Nueve individuos (4,5%) que no pertenecen a estas asociaciones de autogestión dijeron que muchas veces escuchaban el medio, y cinco (2,5%) que componen la agrupación también la oyen mucho. Por último, la distribución de los que respondieron “siempre” fue cuatro (2%) no integrantes y tres (1,5%) miembros.

De acuerdo a estos números, se puede inferir que no existe mayor relación entre los puntos comparados (Ver anexo N).

Al cruzar las respuestas de si las personas sabían el nombre la radio comunitaria con el ítem N° 1, referido a si la escuchaban, 88 consultados (44%) que nunca la habían escuchado no sabían el nombre. 61 personas (30,5%) que pocas veces la habían escuchado sí recordaban la identificación de la emisora. 29 individuos (14,5%) que en un primer momento no recordaban el nombre del medio, luego de informárselos contestaron que pocas veces la habían sintonizado. Dos (1%) que no recordaban el nombre dijeron que muchas veces la habían oído. De acuerdo a estos resultados, conocer o no el nombre de la radio no influye directamente en la sintonía de la misma. También puede afirmarse que la radio no ha posicionado su nombre entre los encuestados (Ver anexo O).

83 personas (41,5%) que nunca habían escuchado la radio comunitaria de su sector, respondieron que nunca los representantes de este medio las habían tomado en cuenta (cruce de los ítems N° 1 y 2). 37 individuos (18,5%) que la habían escuchado pocas veces contestaron que nunca los habían tomado en consideración. 40 encuestados (20%) que la habían sintonizado pocas veces dijeron que también “pocas veces” los habían tomado en cuenta. De estos resultados puede interpretarse que existe poca vinculación entre los encuestados y sus respectivas radios comunitarias (Ver anexo P).

En la intersección de las preguntas N° 1 y 6, 85 individuos (42,5%) que nunca escuchaban la radio no sabían o no respondían si las autoridades habían resuelto algún problema gracias a las denuncias realizadas a través de la radio comunitaria. 50 consultados (25%) que pocas veces habían sintonizado la radio tampoco sabían o respondían esta pregunta. 21 (10,5%) de los que la habían oído poco dijeron que no se había resuelto ningún inconveniente de la comunidad, mientras que 19 (9,5%) que también la habían escuchado poco manifestaron que sí se habían encontrado soluciones. De acuerdo a estos números, podría

interpretarse que los consultados no tienen interés en saber si realmente la radio comunitaria del sector es una herramienta para hacerle saber a las autoridades los problemas de la comunidad (Ver anexo Q).

85 individuos (42,5%) que nunca escuchaban la radio comunitaria, no sabían o no respondían si comunicaba lo que realmente estaba pasando en su comunidad (cruce de los ítems 1 y 8). 40 personas de las 200 encuestadas (20%) que pocas veces habían oído la emisora dijeron que sí comunicaba lo que realmente ocurría. 24 ciudadanos (12%) que pocas veces habían sintonizado la estación, contestaron que no difundía lo que acontecía en su sector. 26 (13%) de los que poco la escuchaban no sabían o no respondían esta pregunta. Esta intersección de ítems evidencia, igual que resultados anteriores, la poca vinculación que existe entre los encuestados y sus respectivas estaciones radiales (Ver anexo R).

Con respecto al cruce de los ítem N° 5 y 7, los cuales tratan de si los encuestados han puesto denuncias o quieren escucharlas en las radios comunitarias, se consiguió que 97 consultados (48,5%) respondieron que estos medios debían difundir denuncias, sin embargo, nunca ellos habían intentado presentarlas. Esto podría interpretarse como que estos individuos están esperando que otros denuncien los problemas por los cuales todos son afectados (Ver anexo S).

68 personas (34%) que nunca habían escuchado la radio de su parroquia no sabían o no respondían si estaba politizada, 43 consultados (21,5%) que la habían oído pocas veces dijeron que sí lo estaba, 27 (13,5%) que pocas veces la habían sintonizado no sabían o no respondían, mientras que 20 (10%) que la escuchaban poco, expresaron que la emisora de servicio público de su zona no tenía tendencia político-partidista. De estos resultados, se puede obtener interpretaciones sólo de quienes escuchan la radio, pues de quienes no lo hacen ya se ha dicho que evidencian la poca vinculación entre el medio y los consultados. Los encuestados

que piensan que la radio de su sector está politizada duplican a los que creen que no lo está (Ver anexo T).

Al comparar lo que los encuestados creían que debería ser una radio comunitaria con lo que ocurre realmente en las mismas, desde el punto de vista político-partidista (cruce de los ítems N° 9 y 10), se obtuvo que 90 personas (45%) que pensaban que ningún medio de este tipo debe tener una tendencia política, no sabían o no respondían si la radio de su parroquia estaba politizada. 60 individuos (30%) que tenían la misma creencia dijeron que la emisora sin fines de lucro de su comunidad estaba inclinada hacia el partido de Gobierno, mientras que 28 ciudadanos (14%) que también pensaban que estas radiodifusoras deberían ser imparciales, señalaron que la de su parroquia cumplía con esta característica. De los que no saben o no responden (quienes fueron mayoría) no se puede concluir nada, sin embargo, un significativo número de los encuestados (30%) respondió que la radio comunitaria de su sector está politizada, cuestión que va en contra de lo que consideran que está bien (radios comunitarias imparciales y equilibradas) (Ver anexo U).

6.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1.- Conclusiones

Según los datos obtenidos a través de las entrevistas y encuestas se puede llegar a las siguientes conclusiones:

- a) La mayoría de los encuestados nunca ha escuchado la radio comunitaria de su sector o la ha escuchado pocas veces.
- b) Más de la mitad de las personas consultadas nunca se ha sentido tomada en cuenta por su radio comunitaria.
- c) Un promedio del 81,16% de los encuestados, nunca ha visitado la radio comunitaria de su sector, no se ha comunicado vía telefónica, ni ha formulado denuncias a través de dicha emisora.
- d) Un alto porcentaje de los consultados desconoce si gracias a las denuncias, formuladas a través de la radio, las autoridades han resuelto algún problema que afectara a la comunidad.
- e) La mitad de las personas encuestadas, desea que en su radio comunitaria se trasmitan más denuncias acerca de los problemas que afectan a su sector; sin embargo, nunca ellos han intentado presentarlas.
- f) Un significativo número de los encuestados no sabe si en la radio de su sector realmente comunican lo que ocurre en la comunidad.
- g) El 89% de las personas consultadas, considera que las radios comunitarias deberían mantener una postura político-partidista equilibrada e imparcial.
- h) La mitad de las personas encuestadas, no sabe si la radio comunitaria de su sector está politizada, mientras un 33,5% considera que sí lo está.
- i) Los resultados expuestos anteriormente demuestran la poca vinculación que existe entre los encuestados y sus respectivas radios comunitarias.
- j) Los fundadores de las cuatro radios habilitadas en el municipio Guaicaipuro, tal como lo expresaron en las entrevistas, son de izquierda y

afines al “chavismo”. Conscientes de esto, las personas de la comunidad, de otra tendencia política, prefieren no acercarse a la radio ni escucharla. Este hecho dificulta la labor que, por excelencia, debe cumplir este tipo de medios, como lo es recibir denuncias y hacerlas públicas.

- k) Los fundadores de las radios comunitarias investigadas manifiestan que su posición política no influye en la programación, ni en el trato que dan a las personas y, en especial, a los invitados de los diferentes programas. Según los resultados obtenidos, los miembros de la comunidad encuestados no tienen la misma opinión.
- l) Hasta ahora (enero de 2009), las radios comunitarias habilitadas por CONATEL en el municipio Guacaipuro del estado Miranda, no constituyen una alternativa comunicacional eficiente, que contribuya a solucionar los problemas de la comunidad.

6.2.- Recomendaciones

6.2.1.- A CONATEL

- a) No establecer diferencias entre las radios comerciales y las comunitarias, respecto a las exigencias que deben cumplir para funcionar. Se entiende que no cuentan con los mismos recursos económicos, pero no hay razón para que no puedan cumplir con la difusión de buenos contenidos.
- b) Hacer una evaluación exhaustiva a los documentos consignados por las radios comunitarias, antes de darles la habilitación para funcionar legalmente. El hecho de que los fundadores y/o directivos de las radios comunitarias estén enterados de que no serán sancionados por estar al aire de manera clandestina hace que no se preocupen por cumplir la ley. Es comprensible que CONATEL debe fungir como asesor de estos procedimientos, pero si los representantes de la emisora no cumplen con los compromisos, después de un determinado tiempo, no deberían ser autorizados para funcionar.
- c) Luego de habilitar a cada radio comunitaria, hacer un seguimiento de su funcionamiento y velar por la calidad de la programación. La supervisión debe hacerse de manera exhaustiva y frecuente, dejando claro que si en una próxima visita no se han solucionado los problemas, sobre todo en los contenidos, existe la posibilidad de revocarles la habilitación. Si el órgano rector no es exigente, no se lograrán radios comunitarias de verdadera calidad.
- d) Estudiar experiencias y legislaciones de radios comunitarias de otros países para tomar ideas que puedan adaptarse a la realidad venezolana y contribuyan al mejoramiento de estos medios.

6.2.2.- *A los fundadores y/o directivos de las radios comunitarias*

- a) Dar a conocer la existencia de la radio a la comunidad, pues la mayoría de los encuestados ni siquiera la conocía. Esto sólo puede lograrse a través de la publicidad. Se entiende que no tienen los recursos para publicar en otros medios escritos o audiovisuales, pero los volantes, las pancartas artesanales, o el simple hecho de estar en la calle, entregando volantes, transmitiendo la información de boca a boca o visitando las comunidades con el interés de conocer y difundir los problemas de éstas, ayudará a que los habitantes de la parroquia que representan se sientan identificados con la emisora.
- b) Profundizar su proyección hacia la comunidad, dejando claro que cualquiera puede acercarse, es decir, que la radio es de todos.
- c) A pesar de que los directivos de las radios tengan una postura política determinada, es necesario que no permitan que ésta influya en la programación y en la selección de invitados.
- d) Dar entrada a todas las denuncias y recomendaciones de los distintos miembros de la comunidad, sea cual sea su preferencia política.
- e) Tratar de comunicar los problemas que aquejan a la comunidad, afecten o no la imagen de los ministros, alcaldes, gobernadores y demás personeros del gobierno.

6.2.3.- *A los integrantes de la comunidad*

- a) Escuchar la radio comunitaria de su sector y convertirse en críticos de la programación. Esto se logra dejando a un lado la apatía y volviéndose reales protagonistas de sus comunidades.
- b) Ejercer su derecho a denunciar los problemas de la comunidad, sea cual sea su preferencia política.

- c) Hacer sugerencias que puedan ayudar a mejorar la programación de la radio.
- d) Tomar a la radio comunitaria como suya y participar activamente en la misma.

6.2.4.- A los profesionales de la comunicación y afines

- a) Realizar estudios tendientes a mejorar el desempeño de las radios comunitarias.
- b) Publicar los resultados de los estudios realizados para contribuir a mejorar la calidad de las radios comunitarias.
- c) Contribuir, mediante campañas publicitarias, a que las comunidades se integren con sus radios comunitarias.

7.- FUENTES CONSULTADAS

7.1.- Bibliográficas:

Cabrera, A. y Pelayo, N. (2001). *Lenguaje y Comunicación*. Editorial CEC, SA. Los libros de El Nacional. Caracas: Venezuela.

Castro, E. (2001). *Así se diseñan programas radiofónicos*. Ediciones Universidad del Zulia. Zulia: Venezuela.

Santalla Peñaloza, Z. (2006). *Guía para la elaboración formal de reporte de investigación*. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas: Venezuela.

Felman, R. (2001). *Psicología*. Editorial Mc Graw Hill. Cuarta edición. DF: México.

Grijelmo, A. (2001) *El estilo del periodista*. Taurus. Séptima edición. Santa fe: Colombia.

Kaplún, M. (1985). *El comunicador popular*. CIESPAL. Primera edición. Quito: Perú.

López Vigil, J.I. (1996). *Radios comunitarias: buenas ondas de la sociedad civil*. Quito: Perú.

(Radios Comunitarias: Elementos para una conceptualización y Radios Comunitarias: Hitos de su historia en América Latina. Artículos facilitados por correo electrónico el 7 de abril de 2009).

O'Sullivan, J. (1989). *Alternativas comunicacionales en Venezuela: experiencias*. Caracas: UCAB.

Peppino Barale, A. (1999). *Radio educativa, popular y comunitaria en América latina: origen, evolución y perspectivas*. Plaza y Valdés Editores, México.

Ramírez, T. (1993). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. Editorial Carhel. Segunda edición. Caracas: Venezuela.

Sabino, C. (1992) *El Proceso de investigación: una introducción teórico-práctica*. Editorial Panapo. Caracas: Venezuela.

Sierra, R. (1992) *Técnicas de Investigación Social: Teorías y Ejercicios*. Editorial Paraninfo. Octava edición. Madrid: España.

Vidal, J. (1996). *La Era de la Radio*. Editorial Panapo. Caracas: Venezuela.

7.2.- Hemerográficas:

Aguirre, Jesús María. *La Comunicación Alternativa*. Revista Comunicación N°35-36, noviembre/diciembre 1981.

Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información. (2008). *Sistema Público Nacional de Comunicación Popular, Alternativa y Comunitaria*

7.3.- Electrónicas:

Comisión Nacional de Telecomunicaciones:

<http://www.conatel.gov.ve/>

(Disponible en agosto 5, 2008)

Fe y Alegría:

<http://www.feyalegria.org/venezuela/>

(Disponible en junio 2, 2008)

Instituto Nacional de Estadística:

http://www.ocei.gov.ve/secciones/menuprincipal.asp?nedo=15&nvalor=2_1&seccion=2

(Disponible en noviembre 18 y diciembre 1º, 2008)

Lewis, Peter y Booth, Jerry (20 de febrero de 2007) El medio invisible: radio pública, privada, comercial y comunitaria- Fragmentos. (Disponible el 12 de octubre de 2008 en <http://www.vivalaradio.oorg/comunicacion-alternativa/radios/tres-modelos.html>)

Real Academia Española:

<http://www.rae.es/rae.html>

(Disponible en julio 13, 2008)

Universidad Católica Andrés Bello:

<http://www.ucab.edu.ve/>

http://www.ucab.edu.ve/tl_files/Escuela_com_social/Recursos/Teg/Manualtesista_abril2008.pdf

(Disponible en octubre 27, 2008)

Villamayor, Claudia y Lamas, Ernesto 1998. AMARC y Friedrich Ebert Stiftung.

(Disponible el 12 de octubre de 2008 en http://alc.amarc.org/index.php?p=Que_es_una_Radio_Comunitaria&l=ES)

8.- GLOSARIO

Acceso: sugiere la capacidad del público de acercarse a los sistemas comunicacionales, tanto en la escogencia como en la retroinformación.

Autogestión: Sistema de organización de una empresa según el cual los trabajadores o usuarios participan en todas las decisiones. Es la forma más avanzada de participación.

Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC): es una organización no gubernamental internacional al servicio del movimiento de la radio comunitaria, que agrupa cerca de tres mil miembros y asociados en 110 países.

Comunidad: conjunto de personas que residen o se encuentran domiciliadas en una localidad y que la Comisión Nacional de Telecomunicaciones determina que se encuentran estrechamente vinculadas en razón de su problemática común y de sus características históricas, geográficas, culturales y tradicionales.

Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL): instituto autónomo, con personalidad jurídica, patrimonio propio e independiente del Fisco Nacional, autonomía técnica, financiera, organizativa y administrativa. Adscrito al Ministerio de Infraestructura a los efectos de control y tutela administrativa. Es un administrador del sector de las telecomunicaciones, siendo responsable de promover la inversión en el sector y resguardar la libre competencia, esto conjuntamente con Pro-Competencia. Tiene la función de velar por la calidad de los servicios prestados en el país y elaborar planes y políticas nacionales de telecomunicaciones. Así como la responsabilidad de crear las bases para permitir la prestación de servicios de telecomunicaciones, a todos los niveles y en todo el territorio nacional, asegurando de tal forma el acceso universal a la información y la consolidación de una verdadera sociedad del conocimiento.

Comunicación: circuito de intercambio de mensaje en el cual un emisor produce un enunciado, codifica un mensaje, organiza la información según las reglas del código que sea común al interlocutor. El mensaje circula por un canal y llega al destinatario, quien codifica el mensaje.

Comunicación alternativa: comunicación opuesta o complementaria a las modalidades dominantes, la cual tiene un objetivo social.

Comunicación comercial: comunicar mediante la información o la persuasión, una oferta que directa o indirectamente satisfaga la relación de intercambio entre oferentes y demandantes.

Concesión de uso: es un acto administrativo unilateral mediante el cual CONATEL otorga o renueva, por tiempo limitado, a una persona natural o jurídica la condición de concesionario para el uso y explotación de una determinada porción del espectro radioeléctrico, previo cumplimiento de los requisitos establecidos en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones.

Estación: uno o más transmisores o receptores o una combinación de transmisores y receptores, incluyendo las instalaciones accesorias, necesarios para asegurar un servicio de radiocomunicación en un lugar determinado.

Fundación comunitaria: figura jurídica y administrativa de corte democrático, participativo y plural, constituida de conformidad con las previsiones establecidas en el Código Civil, cuyo objeto específico, exclusivo y excluyente consiste en asegurar la comunicación libre y plural de los miembros de una comunidad en una localidad determinada, y que cumple con los requisitos exigidos por el presente reglamento para ostentar tal carácter.

Habilitación administrativa: título que otorga la Comisión Nacional de Telecomunicaciones para el establecimiento y explotación de redes y para la

prestación de servicios de telecomunicaciones, a quienes hayan cumplido con los requisitos de conformidad con la Ley Orgánica de Telecomunicaciones.

Independencia: cualidad o condición de independiente, es decir, que no es dependiente o subordinado a un poder mayor.

Instituto Radiofónico Fe y Alegría (IRFA): nació, en 1975, de la idea de transmitir clases por radio y hoy se ha transformado en una red de nueve emisoras, cuyo fin es impulsar la democratización de la palabra en los sectores más desfavorecidos del país a partir de la consolidación de la Red Nacional de Radio Fe y Alegría vía satélite.

Localidad: zona de cobertura de un servicio de radiodifusión sonora comunitaria o televisión abierta comunitaria, de conformidad con la determinación que al efecto realice la Comisión Nacional de Telecomunicaciones.

Parcialidad: designio anticipado o prevención en favor o en contra de alguien o algo.

Participación: implica el compromiso del público en la planificación, producción y gerencia de los sistemas comunicacionales.

Período de transmisión: tiempo de duración diaria de la programación emitida por la estación del servicio de radiodifusión sonora comunitaria o televisión abierta comunitaria.

Productor comunitario: persona natural o jurídica que produce contenidos sonoros o audiovisuales, que ha sido formada y acreditada como productor comunitario por un operador de servicios de radiodifusión sonora comunitaria o televisión abierta comunitaria y que no está vinculada con ningún operador de radiodifusión sonora y televisión abierta.

Productor independiente: persona natural o jurídica que produce contenidos sonoros o audiovisuales, que no ha sido acreditado como productor comunitario por un operador de servicios de radiodifusión sonora comunitaria o televisión abierta comunitaria y que no está vinculada con ningún operador de radiodifusión sonora y televisión abierta.

Producción comunitaria: producción sonora o audiovisual elaborada por una fundación comunitaria o un productor comunitario, incluyendo su participación en todas las fases de elaboración de la misma, tales como la escritura, preproducción, producción y post-producción de la obra.

Programación comercial: adquiere y transmite una programación que maximice los beneficios al menor costo posible.

Programación comunitaria: es la que se entrega a la comunidad, cuando atiende sus gustos y necesidades.

Programación educativa: imparte conocimientos, está estrechamente ligada a las causas populares.

Programación popular: pretende adentrarse en la realidad y contradicciones de las comunidades populares para buscar las mejores opciones de organización política y cultural.

Radio: es un medio de difusión masiva. Establece un contacto personal con el radioescucha, pues le da cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo.

Radio comunitaria: no la define la cobertura (Mayor o menor potencia), ni sus características técnicas (AM, FM, OC-onda corta), ni la propiedad del medio (de una comunidad, una ONG, una iglesia, un grupo de jóvenes, una organización de

mujeres), ni el modo de producción (profesional o aficionado), ni siquiera del de transmitir o no anuncios comerciales en la programación. Lo que la distingue es la esencia de lo comunitario: los objetivos sociales por los que lucha. (Según José Ignacio López Vigil).

Radiodifusión sonora comunitaria: servicio de radiocomunicación que permite la difusión de información de audio destinada a ser recibida por el público en general, como medio para lograr la comunicación libre y plural de los individuos y las comunidades organizadas en su ámbito respectivo, en los términos previstos en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones y sus Reglamentos. Permite a su titular realizar todas aquellas actividades destinadas a la instalación y disposición de los equipos e infraestructuras de Telecomunicaciones, incluyendo los enlaces necesarios para la prestación del servicio.

Operador comunitario: fundación comunitaria habilitada para la prestación de los servicios de radiodifusión sonora comunitaria o televisión abierta comunitaria.

Fuentes: RAE, CONATEL, AMARC y otras citadas a lo largo del Trabajo de Grado.

9.- ANEXOS

9.1.- ANEXO A

Guía de entrevista a experto de CONATEL

Guía de entrevista a experto de Conatel

Aprobada por tutora Carlota Fuenmayor, Jorge Ezenarro y Romina Pereira

1. Requisitos para obtener un espacio en el espectro radioeléctrico como radio comunitaria
2. ¿Cuántas radios comunitarias han surgido a partir del 11 de abril de 2002 en el territorio nacional?
3. ¿Cuántas radios comunitarias hay actualmente en el país?
4. ¿Cuántas radios comunitarias tienen registradas en los Altos Mirandinos?
5. ¿Cuál cree usted que es la razón de ese auge?
6. ¿Hay más posibilidades de establecer una radio comunitaria que una comercial?
¿Por qué?
7. ¿Cree que exista la posibilidad de que en un futuro las radios comerciales desaparezcan?
8. ¿Por qué las radios comunitarias están exoneradas de muchas exigencias (por ejemplo: artículo 14)?
9. ¿Las distintas exoneraciones que se le otorga a las radios comunitarias le traen pérdidas al Estado?
10. ¿Dichas exoneraciones crean una competencia desleal entre las radios comunitarias y las comerciales?

11. ¿Cuál es la razón de ser de las radios comunitarias?
12. ¿Todas las radios comunitarias están cumpliendo esa razón de ser?
13. ¿Qué deben mejorar?
14. ¿Las radios comunitarias pueden tener una tendencia política?
15. ¿Las radios comunitarias existen para hacer una crítica constructiva de cualquier Gobierno?
16. ¿Hay autocensura en las radios comunitarias?
17. ¿Realizan sondeos con las comunidades para verificar si la radio de su comunidad los representa?
18. ¿Hay un límite de capacidad en el espectro radioeléctrico que impediría seguir creando radios comunitarias?
19. ¿Han amonestado a alguna radio comunitaria?
20. ¿Cuál fue la falla en la que incurrieron?
21. ¿Han clausurado alguna radio comunitaria?
22. ¿Cuál fue la falla en la que incurrieron?

9.2.- ANEXO B

Guía de entrevista a fundadores de la radio comunitaria

Guía de entrevista a fundadores de la radio comunitaria

Aprobada por tutora Carlota Fuenmayor, Jorge Ezenarro y Romina Pereira

Emisora: _____

Nombre del integrante fundador: _____

Número de integrantes de la Fundación: _____

1. ¿Qué lo incentivó a formar una radio comunitaria?
2. Luego de consignar su “Manifiesto de interés” ¿cuánto tardó Conatel en responderle?
3. Luego de consignar todos los requisitos ¿cuánto tardó Conatel en responderle?
4. Breve reseña histórica de la emisora
5. ¿Cómo estructura la programación diaria y semanal?
6. ¿Su tendencia política influye en la selección de las programas?
7. ¿Hacen críticas constructivas a las autoridades (nacional, regional o local) para lograr la solución de los problemas de la comunidad que representan?
8. ¿Qué actividades organizan en la emisora para beneficiar a la comunidad?
9. ¿Cuántos integrantes de la comunidad reciben diariamente?
10. Gracias a la labor de la emisora ¿Han resuelto problemas de la comunidad?
¿Cuáles?

11. ¿Reciben invitados y llamadas en vivo?
12. ¿Cuál es el parámetro para seleccionar a los invitados?
13. ¿Invitan personas con distintas tendencias políticas? ¿Cómo cuáles?
14. ¿Invitan especialitas en determinadas materias que no tengan nada que ver con lo político?
15. ¿Han recibido un llamado de atención o amonestación por parte de CONATEL? ¿Cuál fue la causa?
16. ¿Cree que las radios comunitarias son percibidas como emisoras politizadas?
¿Por qué?
17. ¿Cree que las radios comunitarias son percibidas como de baja calidad?

9.3.- ANEXO C

Cuestionario cerrado (encuesta) para integrantes de la comunidad

Cuestionario cerrado (encuesta) para integrantes de la comunidad

Aprobada por tutora Carlota Fuenmayor, Diana Montero y Romina Pereira

Nombre: _____

Edad: _____

Sexo: M _____ F _____

Nombre de la Comunidad (sector): _____ Cerca Lejos

¿Forma parte del consejo comunal? Sí _____ No _____

Nombre de la radio comunitaria de la parroquia: _____

1. ¿Escucha la radio comunitaria de su sector?

Siempre _____ Muchas veces _____ Pocas veces _____ Nunca _____

2. ¿Se siente tomado en cuenta por la radio de su comunidad?

Siempre _____ Muchas veces _____ Pocas veces _____ Nunca _____

3. ¿Se ha comunicado con la radio comunitaria de su zona?

Siempre _____ Muchas veces _____ Pocas veces _____ Nunca _____

4. ¿Ha asistido personalmente a la radio comunitaria de su zona?

Siempre _____ Muchas veces _____ Pocas veces _____ Nunca _____

5. ¿Ha formulado denuncias en la radio comunitaria de su zona?

Siempre _____ Muchas veces _____ Pocas veces _____ Nunca _____

6. Gracias a las denuncias que han hecho (usted u otras personas) en la radio comunitaria de su sector, ¿Las autoridades han resuelto alguno de los problemas denunciados?

Sí _____ No _____ No sabe / No responde _____

Si la respuesta es afirmativa ¿Cuáles problemas han resuelto? (Puede seleccionar varias opciones) Vialidad _____ Transporte _____ Servicios _____ Seguridad _____ Educación _____ Otros _____

7. ¿Qué clase de temas cree que debe difundir la radio comunitaria de su zona? (Puede seleccionar todas las opciones que considere necesarias)

Información _____ Opinión _____ Publicidad _____ Propaganda oficial _____ Propaganda electoral _____ Entretenimiento _____ Denuncias _____ Todo lo anterior _____ No sabe / No responde _____

8. ¿En la radio comunitaria de su sector comunican lo que realmente está ocurriendo en la comunidad?

Sí _____ No _____ No sabe / No responde _____

9. ¿Cree que las radios comunitarias deben estar parcializadas hacia una tendencia político-partidista?

Sí _____ No _____ No sabe / No responde _____

10. ¿La radio comunitaria de su sector está politizada?

Sí _____ No _____ No sabe / No responde _____

Si la respuesta es afirmativa ¿Qué clases de mensajes difunde para que usted crea que está politizada? (Puede seleccionar varias opciones)

Información positiva del Gobierno _____

Información negativa del Gobierno _____

Opinión en beneficio del Gobierno _____

Opinión en contra del Gobierno _____

Propaganda electoral de los candidatos del oficialismo _____

Propaganda electoral de los candidatos de la oposición _____

9.4.- ANEXO D

*Transcripción de entrevista a Líder de proyecto del departamento de
Acompañamiento Técnico de Conatel, María José Abatemarco*

Transcripción de la entrevista a la fuente oficial. Aplicada el 8 de septiembre de 2008. Líder de proyecto del departamento de Acompañamiento Técnico de Conatel, María José Abatemarco

1. Requisitos para obtener un espacio en el espectro radioeléctrico como radio comunitaria:

Consignar un “Manifiesto de Interés” el cual consiste en expresar la intención de la Comunidad, a través de la Fundación Comunitaria, de prestar los servicios de radiodifusión sonora comunitaria o televisión abierta comunitaria sin fines de lucro.

El “Manifiesto de Interés” debe contener:

- Localidad donde se pretende ubicar la estación comunitaria. Zona de Cobertura (especificando Municipio y Parroquia).
- Nombre, Cedula de Identidad, Dirección y Número Telefónico de quienes representarían a la Fundación.
- Datos del Registro de la Fundación Comunitaria. (En caso de estar registrada).
- Describir el trabajo comunitario, especificando, las acciones sociales realizadas y las organizaciones de base de la comunidad, involucradas en estas acciones sociales.

Dicho manifiesto puede enviarse a Conatel sin importar que la Fundación Comunitaria esté o no formalmente establecida. No obstante, los promotores de la misma deben estar concientes de que deben formar esta organización para poder llevar a cabo la radio comunitaria de su localidad. Además, los 10 integrantes (9 miembros más el contralor) deben ser elegidos democráticamente en un asamblea de miembros de la comunidad.

Quedará de manos de Conatel verificar:

1. Capacidad e idoneidad legal del solicitante para la realización de la actividad.

2. Carácter de fundación comunitaria, en los términos establecidos en el Capítulo III del Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta comunitarias de Servicio Público, sin fines de lucro.
3. Carácter democrático, participativo y plural del proyecto.
4. Viabilidad económica y sostenibilidad del proyecto.
5. Viabilidad técnica del proyecto.
6. Disponibilidad del espectro radioeléctrico, en los términos del artículo 11 del presente Reglamento.
7. Perfil social del proyecto.
8. Demás requisitos y condiciones previstas en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, sus reglamentos y la normativa aplicable a tales efectos.

2. ¿Cuántas radios comunitarias han surgido a partir del 11 de abril de 2002 en el territorio nacional?

Es difícil determinar con exactitud esta cifra; sin embargo, hay que tomar en consideración que aunque las radios comunitarias existen en Venezuela desde hace 30 ó 20 años, es a partir de enero de 2002 cuando se publica en Gaceta Oficial el reglamento específico para este tipo de radiodifusión, se le da una legislación a estas radios y se le quita el estigma de ilegalidad.

En octubre-diciembre de 2002 es cuando se emiten las primeras habilitaciones a catorce (14) emisoras comunitarias en todo el territorio nacional.

3. ¿Cuántas radios comunitarias hay actualmente en el país?

274 habilitadas y una chorrera que operan clandestinamente. Algunas ya han consignado la solicitud pero eso no le da la facultad de operar según la Ley Orgánica de Telecomunicaciones. Otras ni siquiera han presentado el Manifiesto de Interés. Esta situación en cierto punto es entendible porque como somos un órgano centralizado, los traslados a los distintos estados del país originan que los trámites tarden más de lo que deberían.

Los estados Zulia, Táchira, Aragua y Carabobo son los que más cantidad de radios comunitarias habilitadas tienen. Esto está directamente relacionado a la alta cantidad de población que poseen estas zonas geográficas.

Cojedes, Guárico, Amazonas y Apure son los que menos solicitudes y radios comunitarias habilitadas presentan, por la misma razón del desarrollo poblacional de los estados.

4. ¿Cuántas radios comunitarias tienen registradas en los Altos Mirandinos?

En Miranda hay un total de 20 radios habilitadas. Dentro de los Altos Mirandinos: en Guaicaipuro hay cuatro (4), en Carrizal una (1) y en Los Salias una (1). Es decir que en los Altos Mirandinos hay un total de 6 radios habilitadas; sin embargo, seguramente existen otras que trabajan clandestinamente.

5. ¿Cuál cree usted que es la razón de ese auge?

La legislación de la radiodifusión comunitaria

6. ¿Hay más posibilidades de establecer una radio comunitaria que una comercial? ¿Por qué?

En Venezuela existen tres tipos de radio: comercial con fines de lucro, comercial sin fines de lucro y comunitarias. Lo que se ha buscado en los últimos 6 años es erradicar la disparidad en la asignación del espectro radioeléctrico, el cual estaba dominado por las radios comerciales. Actualmente, las concesiones a las radios comunitarias son una prioridad para alcanzar un equilibrio comunicacional.

7. ¿Cree que exista la posibilidad de que en un futuro las radios comerciales desaparezcan?

No lo creo, porque las concesiones a las radios comerciales son por 20 ó 25 años y con posibilidad de renovación, mientras que a las radios comunitarias el plazo de la habilitación es por 5 años, también con la opción de renovarlas si tienen un buen desenvolvimiento. Las primeras renovaciones de radios comunitarias se hicieron a finales de 2007 y principios de 2008.

8. ¿Por qué las radios comunitarias están exoneradas de muchas exigencias (por ejemplo: artículo 14)?

Estas exoneraciones se deben a que este tipo de radios cumplen un trabajo social a favor de sus comunidades y no cuentan con los recursos suficientes para poder asumir todas las responsabilidades y obligaciones que sí puede costear un medio con fines de lucro. Además, se supone que lo poco que producen es para mantenerse a sí mismas y contribuir para la solución de los problemas de su comunidad.

9. ¿Las distintas exoneraciones que se le otorga a las radios comunitarias le traen pérdidas al Estado?

No, porque ellas cumplen una función social que se traduce en apoyo a las comunidades y ésta es una de las funciones que debe cumplir el Estado.

10. ¿Dichas exoneraciones crean una competencia desleal entre las radios comunitarias y las comerciales?

Podría haber un tipo de rivalidad política, pero no creo que exista una competencia desleal económica. Cada una funciona de maneras diferentes.

11. ¿Cuál es la razón de ser de las radios comunitarias?

Es una herramienta de desarrollo para las comunidades. Deben promover la participación local, incentivando la autogestión, planificación y contraloría de las comunidades, en el ámbito social y económico.

12. ¿Todas las radios comunitarias están cumpliendo esa razón de ser?

Tenemos cinco oficinas regionales a través de las cuales se trata de hacer un seguimiento regulatorio de todas las radios comunitarias, tanto las habilitadas como las clandestinas, cumpliendo una agenda estratégica por estado. Sabemos que aún existen muchos detalles por mejorar, pero lo importante es que se está haciendo el trabajo.

13. ¿Qué deben mejorar?

La producción de contenidos educativos y recreativos. No deben quedarse en la mera copia de las radios comerciales. Además, deben incentivar sus valores locales y tradicionales. También deben contribuir a la solución de los problemas de sus comunidades, no quedarse en la mera denuncia.

14. ¿Las radios comunitarias pueden tener una tendencia política?

En un año electoral como el 2008, lo ideal sería que las radios comunitarias fueran el espacio en que los candidatos de diferentes toldas políticas puedan dar a conocer sus propuestas en beneficio de la comunidad. Lo que está totalmente prohibido es difundir, a través de estas radios, mensajes proselitistas, según lo establecido en el artículo 26, numeral 6 de la Ley RESORTE

15. ¿Las radios comunitarias existen para hacer una crítica constructiva de cualquier Gobierno?

Las radios comunitarias existen para divulgar los problemas de su comunidad y buscarle una solución. Están para aumentar la participación y la responsabilidad de las comunidades en la mejoría de su propio futuro. Sabemos que por el tema de polarización que existe en el país, la guerra mediática privada y por cierta

dependencia económica de las autoridades locales, hay radios que emiten mensajes en pro de un Gobierno. Sin embargo, son los ciudadanos que deben tener una conciencia crítica y tomar para sí lo que consideren verdadero.

16. ¿Hay autocensura en las radios comunitarias?

Puede que ocurra la autocensura en las radios comunitarias, tal como ocurre en las radios comerciales. Esto es parte de la polarización y de los intereses en juego.

17. ¿Realizan sondeos con las comunidades para verificar si la radio de su comunidad los representa?

Cada vez que se realiza una visita a una radio comunitaria, también se hace una asamblea comunitaria. El instrumento de medición para determinar la representatividad es una entrevista semiestructurada con aquellas personas que nosotros denominamos informantes claves, los cuales pueden ser miembros de consejos comunales, líderes vecinales, entre otros que formen parte de la representatividad de las fuerzas vivas de la comunidad.

18. ¿Hay un límite de capacidad en el espectro radioeléctrico que impediría seguir creando radios comunitarias?

Se ha establecido un mínimo por parroquia y un máximo por municipio, pero es difícil determinarlo con exactitud pues la separación entre las zonas geográficas no es igual al de las ondas electromagnéticas. El espectro radioeléctrico es como un estacionamiento, mientras unos salen otros entran. Hay que tomar en cuenta que es un recurso finito. Entre más emisoras hay, la calidad es menor pues interfieren unas con otras. No obstante, se trata de mantener un orden con el cual se mantiene la eficacia deseada. A veces existen problemas porque a una radio se le entrega el dial de otra que estaba trabajando clandestinamente.

19. ¿Han amonestado a alguna radio comunitaria?

De que se le haya abierto un procedimiento administrativo a una radio comunitaria no; sin embargo, sí se toman cartas en el asunto visitando a las personas que están incurriendo en el error y asesorándolos al respecto.

20. ¿Cuál fue la falla en la que incurrieron?

Fundaciones comunitarias que se fracturan y dejan de trabajar a favor de la comunidad y programación no adecuada.

21. ¿Han clausurado alguna radio comunitaria?

No

22. ¿Cuál fue la falla en la que incurrieron?

--

9.5.- ANEXO E

*Transcripción de entrevista al presidente de la radio La Voz de
Guaicaipuro, Eleazar Jiménez*

Emisora: La Voz de Guaicaipuro.

Nombre del integrante fundador: Eleazar Jiménez, presidente

Número de integrantes de la Fundación: 13 personas

Entrevista realizada el 13 de diciembre de 2008

1. ¿Qué lo incentivó a formar una radio comunitaria?

A nosotros nos incentivó la necesidad de una verdadera libertad de expresión. Sólo se escuchaban las voces autorizadas por los medios de comunicación, no la del pueblo; la gente no podía ir a una radio a manifestar sus problemas.

Los medios que existían sólo respondían a políticas comerciales, de lucro; funcionaban para hacer dinero y como los problemas del pueblo no dan dinero, no se escuchaban en los medios.

El pueblo se dedicó entonces a rayar paredes, a hacer murales, panfletos y pequeños periódicos y comenzamos a hacer estudios que arrojaron como resultado que las radios comunitarias (populares) existen en el mundo desde hace sesenta-setenta años y empezamos a soñar con un medio del pueblo y para el pueblo.

2. Luego de que consignó su “Manifiesto de interés” ¿cuánto tardó CONATEL en responderle?

Un año. Ya nosotros veníamos trabajando con comunicación y ya estábamos adelantados, el camino se nos hizo más rápido.

3. Luego de que consignó todo los requisitos ¿cuánto tardó CONATEL en responderle?

Un año. En 2001 consignamos y 2002 nos respondieron. Habilitación N°-HRFS00005 y concesión N°-CRDF00081.

4. Breve reseña histórica de la emisora

En el año 1991, después de las investigaciones, empezamos a soñar con un medio comunitario popular. Por las experiencias de unos compañeros en Caracas nos obsesionamos con la idea de una radio comunitaria. Estos compañeros hacían

radio clandestina (porque donde encendieran un trasmisor, llegaba la policía). Nos inspiraron a crear una emisora popular; compramos nuestro primer trasmisor, construimos nuestra primera antena y en la década de los noventa encendimos nuestro primer trasmisor y empezamos a pensar en un nombre; quedó el de La Voz de Guaicaipuro por la ubicación geográfica y por la influencia del indio Guaicaipuro en el pueblo.

En 1.999 llega el proceso revolucionario, llega el Presidente Chávez, y de las primeras medidas que toma son las leyes Habilitantes en las que se estipula la comunicación libre y plural para el pueblo y se empiezan a introducir los primeros proyectos de radios y televisoras comunitarias que existían en la clandestinidad y se hace toda una reforma con CONATEL, que empieza a tener políticas que favorezcan más al pueblo que a los medios privados y después de un estudio basado en los Derechos Humanos, en la comunicación, en la Carta de San José, en la Constitución de 1.961, se hizo entonces la Ley RESORTE, se hicieron modificaciones en la LOTEL y aparece el Reglamento para los medios comunitarios alternativos (Reglamento de Radio Difusión Sonora y Televisión Abierta Comunitaria Sin Fines de Lucro) que es el Reglamento que le da vida a las radios comunitarias y empieza el proceso de habilitación y concesión. Hacemos el proyecto de habilitación y concesión y somos la segunda radio, a nivel nacional, que recibe la habilitación. Desde allí comenzamos a funcionar y nos establecimos en una sede fija; primero estábamos en un pequeño local y ahora funcionamos aquí en el núcleo de desarrollo endógeno Zuruapa Zuruapai.

5. ¿Cómo estructura la programación diaria y semanal?

70 programas al aire: programas comentarios de salud, programas dedicados a jubilados y pensionados, infantiles, adolescentes, informativos y religiosos. Cada programa dura una hora que en realidad son cuarenta y cinco minutos y quedan quince para dar informaciones de la comunidad.

No creemos en la división que hace CONATEL entre PNI, PN, PE, porque las radios comunitarias son para todo el pueblo y no para aquellas que estén certificadas por CONATEL como productoras.

6. ¿Su tendencia política influye en la selección de los programas?

No; vamos a aclarar varias cosas: Nosotros no somos radios ni chavistas, ni comunistas, aunque el proyecto de radio comunitaria haya salido de los modelos comunistas; nosotros creemos e el poder del pueblo. No somos radio del gobierno, porque desde el día que seamos radio del gobierno, no vamos a poder criticarlo.

La imparcialidad no existe, nosotros somos parciales con el pueblo, con las personas necesitadas. A La Voz de Guaicaipuro puede venir todo el mundo, es verdad que la mayoría es chavista porque en las radios comerciales no pueden dar sus opiniones las personas de izquierda.

Aquí viene todo el mundo, pero sus denuncias deben tener bases, pruebas. No permitimos que nadie utilice la radio para su beneficio personal ni para hacerse famoso.

7. ¿Hacen críticas constructivas a las autoridades (nacional, regional o local) para lograr la solución de los problemas de la comunidad que representan?

Sí. Tuvimos muchos problemas con el Gobernador oficialista Diosdado Cabello, porque como todos los gobiernos, tenían fallas y se las criticábamos, hacíamos críticas constructivas y eso no le gustaba. O sea “no tenemos bozal de arepa”.

8. ¿Qué actividades organizan en la emisora para beneficiar a la comunidad?

Nuestra tarea es comunicacional, nos preocupamos por la comunicación libre y plural; queremos garantizarle la comunicación al pueblo. Partiendo de allí, ya con tener la radio prendida, estamos beneficiando a la comunidad.

Aparte de esto, hacemos programas desde cada comunidad (vamos, instalamos los equipos y transmitimos desde la calle). Permitimos que a nuestras reuniones de productores, venga gente de la comunidad a hacer sus críticas constructivas a los programas.

9. ¿Cuántos integrantes de la comunidad reciben diariamente?

Hay gente que nos escucha siempre; sobre todo cuando hay algo fuera de lo común, un proceso electoral, por ejemplo. En esas oportunidades nos llegan miles de mensajes porque desean más informaciones que al pueblo le interesan, cosa que las radios comerciales no hacen durante esos procesos.

En las radios comerciales cuando alguien quiere dar un mensaje, lo anotan en un papel y el papelito se pierde; aquí cuando alguien llega a poner una denuncia o a dar una información, de una vez lo sentamos en los micrófonos.

La gente se siente dueña de la radio; recibimos invitados, llamadas en vivo, mensajes de texto.

La intención no es que todo el mundo nos escuche, es que nuestra prioridad sea la comunidad donde estamos.

10. Gracias a la labor de la emisora ¿Han resuelto problemas de la comunidad?

Sí.

11. ¿Cuáles problemas recuerda que resolvieron luego de denunciarlo por la radio?

Nosotros tenemos un programa que se llama “El Solar de los Abuelos”; un programa de jubilados y pensionados; ellos se quejaban de que no les pagaban a tiempo, no les pagaban lo suficiente, que hacía muchas colas para cobrar y por medio del programa logramos hacer notar a los jubilados y que se organizaran.

También problemas de vialidad (huecos en las calles); vienen y ponen su denuncia y se resuelve el problema.

La comunidad de Santa Eulalia tenía un problema grave con la basura, se pusieron en contacto con nosotros, vinieron a la radio un día y dijeron que si al día siguiente no iban a recoger la basura ellos iban a alquilar un camión, iban a recoger su basura y la iban a depositar en la Oficina del Presidente de la Compañía del Aseo Urbano de Los Teques. Al día siguiente ya estaban recogiendo la basura en esa comunidad.

12. ¿Reciben invitados y llamadas en vivo?

Si claro, como te dije... Aquí llama o viene personalmente alguien a poner su denuncia y de una vez lo sentamos en los micrófonos. Aquí le damos cabida a todo el mundo. La gente se siente dueño de la radio.

13. ¿Cuál es el parámetro para seleccionar a los invitados?

No, ninguno... lo anunciamos y listo... Que tengan un tema, nombre y quiénes van a participar. Somos estrictos con el hecho de que el programa cumpla con los parámetros; por ejemplo si tu me dices que tu programa va a ser de la comunidad de “Barrio Miranda” no puedes venir a hablarme del matrimonio y nos ha pasado.

14. ¿Invitan personas con distintas tendencias políticas?

Si, por supuesto. Aquí siempre invitamos a personas de distintas tendencias políticas; es más siempre hemos querido hacer un debate y, de hecho, en las pasadas elecciones invitamos a los dos candidatos a alcalde del Municipio Guaicaipuro, el Oficialista y el de Oposición. El de Oposición no vino porque claro, sabía que le íbamos a dar duro con las preguntas; le íbamos a preguntar por qué en su diario no hay imparcialidad, por qué manipulan la información.

15. ¿Invitan especialitas en determinadas materias que no tengan nada que ver con lo político?

Claro, aquí hay programas de todo; está el programa que se llama “socialismo ecológico”, cómo socializamos con el ambiente; otro que se llama “el planeta en coma”, que trata de la contaminación; programas de medicina naturista, programas religiosos; eso es lo más bonito, aquí en Venezuela hay mucha enemistad entre las diferentes religiones pero aquí en la radio, conviven: hay programas de evangélicos, santeros, católicos, de todo.

16. ¿Han recibido un llamado de atención o amonestación por parte de CONATEL?

No. Si hubiéramos recibido algún llamado de CONATEL, nos quitan de una vez transmisores y antenas. Nosotros somos garantes de la Ley. Nos supervisan durante todo el año, o el MINCI o CONATEL. En Enero entregamos el informe anual de todo el trabajo que hicimos, correspondencias enviadas y recibidas, el dinero que entró y salió.

17. ¿Cuál fue la causa?

18. ¿Cree que las radios comunitarias son percibidas como emisoras politizadas? ¿Por qué?

Ese no es nuestro caso; aquí en Los Teques, todo el mundo se conoce y sabe quien es quien; aquí hay productores de oposición que hacen muy buenos programas. Quizás en otras radios si sean más radicales en cuanto a su postura política.

No estamos politizados, nosotros hacemos política comunicacional le damos voz pública al pueblo. Eso si, el silencio está derrotado, ahora los excluidos pueden hablar. Aquí no le imponemos nada a nadie. Sólo que sean espontáneos, naturales, y crean en lo que profesan. Y precisamente por exigir lo natural y lo espontáneo, dicen que las radios comunitarias no sirven y están parcializadas.

No hay nada más hermoso que prender una radio comunitaria y escuchar a un campesino hablando de su comunidad y si por eso estamos parcializados, está bien.

Pero como te digo, aquí hay de todo, aquí viene quien quiere, pero eso si, con respeto.... Respetamos tu postura y tu la nuestra aunque no pensemos lo mismo.

19. ¿Cree que las radios comunitarias son percibidas como de baja calidad?

Te puedo decir que nuestra radio ha sido pionera, ha sido escuela para el resto de las radios comunitarias y comerciales. No hay productor ni locutor de todas las

radios de los Altos Mirandinos que no haya aprendido a hacer radio aquí en la Voz de Guaicaipuro.

¿Qué más muestra de esto que la famosa radio comercial Máxima 98.5, se la pasaba pidiendo productores de aquí para que trabajaran allá?

Tenemos productores preparados que han viajado por diferentes países, que han estudiado mucho.

La baja calidad, si es que la hay, es técnica y es cuestionable. Porque si es verdad que tenemos bajo alcance a diferencia de las radios comerciales; pero si nosotros somos una radio comunitaria en la parroquia de Los Teques, ¿para qué nos interesa a nosotros escucharnos en todo el Estado Miranda o en todo el País?

9.6.- ANEXO F

Fotos de las instalaciones de La Voz de Guaicaipuro



Puerta de las instalaciones de La Voz de Guaicaipuro



Puerta de la cabina de la radio



Eleazar Jiménez en los controles de la emisora





Equipos de La Voz de Guacaipuro





Cabina de la radio comunitaria

9.7.- ANEXO G

*Transcripción de entrevista a la coordinadora de la Radio San Diego,
Graciana Ricabarra*

Emisora: San Diego 95.1 FM

Nombre del integrante fundador: Graciana Ricabarra, coordinadora

Número de integrantes de la Fundación: 7 integrantes

Entrevista realizada el 9 de diciembre de 2008

1. ¿Qué lo incentivó a formar una radio comunitaria?

La radio nace como una iniciativa de la Casa de la Cultura de San Diego de los Altos, que era una asociación civil. Por primera vez en el año 93 se reúnen cultores, artistas, maestros, o sea gente interesada por la historia, por la cultura y el arte, que estaban aquí y que no tenían ningún tipo de relación porque las instituciones, las poquitas que había, trabajaban con personal de afuera. A través del vínculo cultural que se fue dando a través del Conac (Consejo Nacional de la Cultura), el cual después cerró, empezamos a hacer actos de encuentros culturales de la misma gente de acá. Eso fue quedando, nos fuimos relacionando y, entonces, una de las cosas que nos llamó mucho la atención era que aquí había todo un patrimonio artístico artesanal y eso no tenía ningún tipo de divulgación, no había ni siquiera el sentido de pertenencia con eso porque muchos de nuestros artesanos a la hora de vender tenían que irse para El Hatillo, distribuirlos por otro lado, colocar su producto afuera porque aquí no había un espacio que fuera referencia turística de venta. En el año 93 empezamos a reunirnos y montábamos toldos en las plazas, hicimos ferias, asambleas, reuníamos a la gente para decirle que no había plata y, entonces, hacíamos rifas para pagar el sonido y era muy agotador. Entonces, pensamos que hacía falta un proyecto de mayor envergadura y nos preocupamos por el tema comunicacional, sin todavía imaginarnos en montar una radio. Teníamos testimonios grabados de lo que estábamos haciendo. Con el tiempo nos relacionamos con una gente de otras parroquias que sabía montar una antena y nos dimos cuenta que no era tan costoso y así empezamos con la radio.

2. Luego de consignar su “Manifiesto de interés” ¿cuánto tardó Conatel en responderle?

Apenas salió el reglamento las cuatro radios fuimos a informarles nuestro interés de estar legales. Nos pidieron informe social, económico, legal y técnico. Eso fueron formatos y formatos que había que llenar y buscar los requisitos. Tuvimos que hacer un inventario de todas las casas y comercios que había en la parroquia. Ellos nos exigieron más requisitos que a las mismas radios comerciales. Nos desenvolvimos más en lo social, pero tuvimos grandes problemas con el informe económico y técnico. En cuanto a lo legal tuvimos que constituirnos en fundación, cosa que no queríamos hacer, pero bueno como no existe realmente una figura legal que represente lo que nosotros hacemos, tuvimos que acceder a cumplir con este requisito.

3. Luego de consignar todos los requisitos ¿cuánto tardó Conatel en responderle?

Nos habilitaron en el 2003, es decir, que más o menos fue un año. Nosotros por ser los primeros en ser habilitados, les estábamos abriendo el camino a otros. Fue difícil porque nos pedían las cosas, pero nosotros no sabíamos hacerlas y tampoco teníamos la plata para pagarle a alguien que supiera hacerlas. Después de tanto caernos a piña, Conatel nos hizo un acompañamiento técnico. Todavía Conatel tiene una deuda con nosotros porque ellos saben que necesitamos una sede porque estamos trabajando en una casa de familia.

4. Breve reseña histórica de la emisora

Con la asesoría de La Voz de Guaicaipuro, Salvemos La Montaña y Yoraco, logramos salir al aire por primera vez el 7 de diciembre de 2001, todos los domingos de 1:00 a 6:00 de la tarde con equipos que semanalmente recorrían los Altos Mirandinos para hacer posible la comunicación en las parroquias de Los Teques, Laguneta, Paracotos y Cecilio Acosta. Todos utilizábamos el mismo transmisor de cinco vatios que pedimos y vino Inglaterra. Salíamos por el dial 93.5 FM porque era el que estaba libre y limpio. Todas las semanas por año y pico

estuvimos así. En enero de 2002 se crea el reglamento de las radios comunitarias, que es un reconocimiento a esos comunicadores que ya venían de atrás luchando por un espacio comunicacional para la comunidad. Las cuatro radios nos presentamos en Conatel y presentamos nuestro deseo de estar legales, es decir, te informamos que estamos al aire ilegalmente, pero queremos habilitación.

No sólo nos limitamos a la radio. Esta es una radio comunitaria que responde a una necesidad de expresión de un conglomerado de una parroquia que se va planteando miles de cosas para poder comunicar, para articular, para crecer juntos, como lo dice nuestro lema. Nos metemos en el tema deportivo, educativo y hasta en el audiovisual, grabamos hasta una especie de película con una leyenda de la parroquia.

5. ¿Cómo estructura la programación diaria y semanal?

Lunes:

11:00 a 11:30 am – Ciencia para todos

4:00 a 5:00 pm – programación infantil

6:00 a 6:30 pm – Ciencia para todos

7:00 a 8:30 pm – Golpe tuyero

9:00 a 10:00 pm – En el espíritu

Martes:

11:00 a 11:30 am – Ciencia para todos

4:00 a 5:00 pm – programación infantil

5:30 a 6:00 pm – Sonidos de nuestro pueblo

6:00 a 6:30 pm – Ciencia para todos

7:00 a 7:30 pm – La cocina de Ernestina

7:30 a 8:00 pm – Conciencia y cambio

8:00 a 9:00 pm – Poesía, romance y boleros

9:00 a 10:00 pm – Noticias deportivas

Miércoles:

11:00 a 11:30 am – Ciencia para todos

4:00 a 5:00 pm – programación infantil

6:00 a 6:30 pm – Ciencia para todos

6:30 a 7:00 pm – Latinoamérica y nuestra casa

7:00 a 8:30 pm – Golpe tuyero

Jueves:

10:00 a 10:30 am – Lo que bailan los abuelos

11:00 a 11:30 am – Ciencia para todos

2:00 a 2:30 pm - Lo que bailan los abuelos

4:00 a 5:00 pm – programación infantil

6:00 a 6:30 pm – Ciencia para todos

7:30 a 8:00 pm – Conciencia y cambio

9:00 a 10:00 pm – Noticias deportivas

Viernes:

11:00 a 11:30 am – Ciencia para todos

4:00 a 5:00 pm – programación infantil

5:30 a 6:00 pm – Sonidos de nuestro pueblo

6:00 a 6:30 pm – Ciencia para todos

8:00 a 9:00 pm – Poesía, romance y boleros

10:00 a 11: 30 pm – Vy City flow

Sábado:

10:00 a 10:30 am – Lo que bailan los abuelos

2:00 a 2:30 pm - Lo que bailan los abuelos

4:00 a 5:00 pm – programación infantil

7:30 a 8:00 pm – Jóvenes de hoy

10:00 a 11: 30 pm – Vy City flow

Domingo:

4:00 a 5:00 pm – programación infantil

5:30 a 6:00 pm – Sonidos de nuestro pueblo

6:00 a 7:00 pm – Latinoamérica y nuestra casa

7:00 a 7:30 pm – La cocina de Ernestina

7:30 a 8:00 pm – Conciencia y cambio

8:00 a 9:00 pm – Poesía, romance y boleros

9:00 a 10:00 pm – Noticias deportivas

* Los micros (incentivar la identidad con historias de la comunidad. No pierden vigencia) y reportes comunitarios (noticias de actividades que se van a realizar) se insertan en los horarios que no tiene una programación fija.

6. ¿Su tendencia política influye en la selección de las programas?

La política partidista no influye en la programación. Nosotros no firmamos un contrato de condicionalidad. La comunicación tenemos que asumirla y a cualquiera que sepa de algo y que tenga el deseo de transmitirlo tiene un espacio aquí asegurado. Nosotros estamos claros que de aquí de un lado y de otro te dicen mentiras, por eso hay que creer en la vida misma, en lo factible. Por ejemplo, según lo que yo he visto, la misión Barrio Adentro le ha hecho un gran bien al país.

7. ¿Hacen críticas constructivas a las autoridades (nacional, regional o local) para lograr la solución de los problemas de la comunidad que representan?

Hay toda una idea de que la radio resuelve problemas y eso es mentira. La radio resolviera un problema si tuviéramos los reales aquí. La radio comunica, al comunicar se le está dando una valoración a algo, se le está dando la capacidad de incidencia. La radio es un poder. Al nosotros unirnos con la comunidad y por ejemplo decir que hay un problema de exclusión, que la escuela no tiene baños, que no tiene agua ni luz, y decirlo una y otra vez en cuanto evento que hay por ahí ser multiplicadores de eso. Hubo una vez que unos legisladores vinieron y

pintaron la plaza, pero se molestaron porque el pueblo no los ayudó. Ya estamos cansados del “shoucito” de arreglar la plaza, hay comunidades que necesitan de políticas públicas, no que vayan a regalarle unos juguetes cuando hay una fiesta del día del niño. Ahí si somos escuálidos, somos saboteadores o infiltrados. Aquí cada quién sabe quién es quién. Nosotros no tenemos miedo de que nos acusen de lo que nos acusen. Incluso, los chavistas bien comprometidos, no tienen tanta franela roja y son los que más le han echado pichón a rescatar esta comunidad. Pero la realidad es que la gente que más ha luchado por la comunidad con gente de izquierda, gente que jala para el chavismo. Necesitamos gente que luche por la comunidad, no por ganar un carguito público. La función pública se pierda cuando hay un estatus económico mayor al del resto de la población.

8. ¿Qué actividades organizan en la emisora para beneficiar a la comunidad?

Asambleas, actividades con los abuelos, exposiciones en la plaza de películas y videos hechos por la comunidad, colectas, talleres de música, concurso de cuentos para los niños, publicación de pequeñas revistas y esperamos publicar un libro, jornadas de limpieza, talleres de educación sanitaria en conjunto con Barrio Adentro, fortalecer los espacios y equipos que necesita la comunidad, entre otras actividades que son autogestionadas gracias a las colaboraciones de las mismas personas de la comunidad.

9. ¿Cuántos integrantes de la comunidad reciben diariamente?

Muchos vienen a hablar con nosotros y a hacernos sus propuestas, pero pocos pueden hablar en vivo porque aún tenemos que mejorar esa tecnología.

10. Gracias a la labor de la emisora ¿Han resuelto problemas de la comunidad? ¿Cuáles?

La ayuda al sector de Cocorote para resolver sus problemas de parásitos e insalubridad, la recuperación de la casa comunitaria para la comunidad, cubrir las convocatorias y elecciones de los consejos comunales en sectores que están bastante alejados como: El Naranjal, El Peñón, El laurel, El Limón, El Peñón, Los

Amistosos, Guare guare, San José, entre otros. Incidimos para que un viejito del pueblo recibiera la orden Guaicaipuro. La misión es trabajar por los excluidos.

11. ¿Reciben invitados y llamadas en vivo?

Sí, los recibimos pero hay ciertos programas que hacemos en vivo y otros no. Cuando es el caso recibimos llamadas en vivo, mensajes de texto, hacemos enlaces telefónicos con los lugares donde se esté realizando alguna actividad. Al principio, hacíamos algo *La Radio en la Calle* y los hacíamos con unos boqui toquis que estaban directamente conectados a la consola y se escuchaban perfecto y nos gastábamos nada.

12. ¿Cuál es el parámetro para seleccionar a los invitados?

Depende del programa. Por ejemplo ciencia para todos, que ya llevamos más de 100 programas, nosotros consideramos que científico es cualquiera que sabe mucho de algo. Han venido personas de universidades, Intevp, IVIC, entre otras instituciones a hablar sobre temas específicos. El criterio para este programa es que sepan mucho de algo y que lo comuniquen de acuerdo a la necesidad de la comunidad, es decir, deben explicar bien los conceptos técnicos para que las personas puedan entenderlos.

13. ¿Invitan personas con distintas tendencias políticas? ¿Cómo cuáles?

Sí. Dime el qué, no el quién. Eso es lo importante. Nosotros hemos tenido una batalla con los productores y le decimos que si quieren incidir en la gente deben hablar de contenido, no publicitando algo. Por ejemplo: por el comandante dijo tal, no chico porque el comandante dijo un carajo. No porque dijo el comandante es porque tú crees en algo. En el programa conciencia y cambio el señor te habla de la constitución nacional, te explica del plan de gobierno Simón Bolívar y del tema de la economía y por qué tiene que tener una concepción social. Al decir todo esto está dando una visión política a favor del proceso, pero no al servicio del proceso sino de nosotros mismos.

Hay que diferenciar político-partidismo de político. Todo lo que uno hace es político hasta decir que no son políticos es una tendencia política. Nosotros cuestionamos ampliamente la política de Venezolana de Televisión. Consideramos que eso es completamente equivocado y también criticamos la política de Globovisión. Ambas son equivocadas porque se basan en lo publicitario y la publicidad es para manipular conciencias. El desarrollo del contenido es lo que a mí me va a permitir estar de acuerdo o no. La realidad trasciende la poliquetería. Toda acción que beneficie a la comunidad, debe ser divulgada, venga de donde venga.

14. ¿Invitan especialitas en determinadas materias que no tengan nada que ver con lo político?

Sí, como te expliqué en el programa ciencia para todos vienen personas que saben mucho de algo que no tiene que ver nada con el político-partidismo. En el programa de los raperos traen muchachos que saben mucho de ese mundo y de esa filosofía de vida.

15. ¿Han recibido un llamado de atención o amonestación por parte de CONATEL? ¿Cuál fue la causa?

No afortunadamente, más bien nosotros deberíamos amonestarlos a ellos porque ellos se han comprometido con muchas cosas y todavía no han cumplido. A Conatel le falta mucho para ser el verdadero organismo rector, pero nos corresponde a todos, como pueblo, hacer que Conatel sea lo que se parezca a algo bueno para todos.

Todos los años nos han visitado aunque sea una vez. Nosotros tenemos interrupciones de radios comerciales ilegales que hemos denunciado y ellos todavía no han tomado cartas en el asunto. El dial 95.1 nos está tapando zonas.

16. ¿Cree que las radios comunitarias son percibidas como emisoras politizadas? ¿Por qué?

Muchas lo están, porque el país es así. Nosotros hemos sido educados para ser parciales. Nunca un medio ha sido imparcial. Diego Cisneros nunca va a hablar bien de Cuba porque él viene de allá y si fuera por él empezaría la contrarrevolución en Cuba. Así todos tienen sus intereses.

17. ¿Cree que las radios comunitarias son percibidas como de baja calidad?

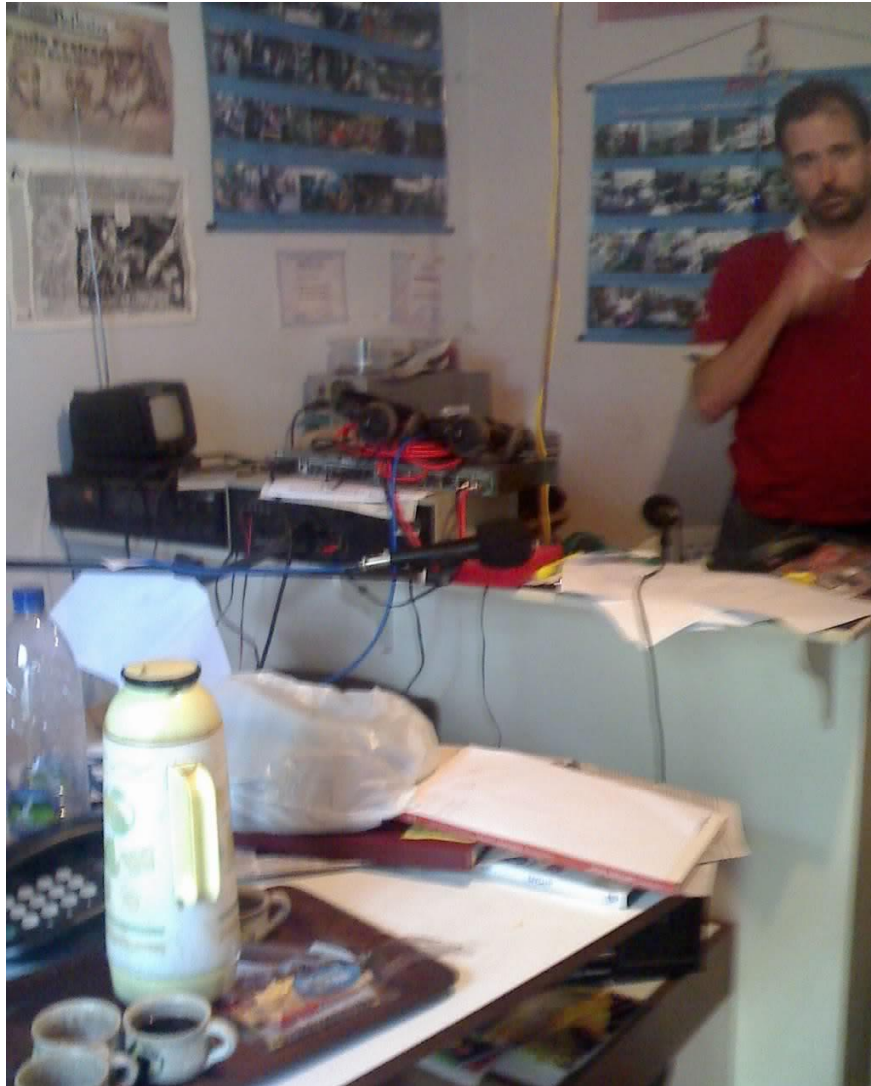
Mediáticamente han dicho que nosotros somos mediocres. Dicen que nosotros no somos periodistas, por lo tanto no sabemos. Entonces yo les digo el micro te gustó o no ¿Tú quieres calidad? Entonces escucha cada programa y me dices si te parece de mala calidad. El hecho de que no tengamos un certificado de locución no quiere decir que no tengamos una capacitación, que no hagamos ejercicios para tener buena dicción. El mejor evaluador que va a decir si somos malos o no va a ser la gente. Aquí nosotros hemos tenido programas malos y hemos tenido que intervenir para asesorar a los conductores, que a veces entienden y otras veces no.

Publicidad:

Para aquel momento una cuña según los cálculos que nos enseñó Conatel valía 3 mil bolívares, suma que era irreal cobrarla. Tuvimos que hacer varias propuestas, donde hasta el trueque es válido. Por ejemplo, los comercios donan una cantidad de algo que ellos producen (pan de jamón) para un evento que tengamos y nosotros le hacemos una cuñita por uno días.

9.8.- ANEXO H

Foto de las instalaciones de Radio San Diego



Radio San Diego funciona en el cuarto de una casa de familia

9.9.- ANEXO I

*Transcripción de entrevista al presidente de la Radio Yoraco, Hipólito
Torres*

Emisora: Yoraco 94.5 FM

Nombre del integrante fundador: Hipólito Torres, presidente

Número de integrantes de la Fundación: 7 integrantes

Entrevista realizada el 12 de diciembre de 2008

1. ¿Qué lo incentivó a formar una radio comunitaria?

Siempre he estado trabajando por la comunidad tanto en lo que se llamaba antes asociaciones de vecinos como cuando comencé con esto en Los Teques en La Voz de Guaicaipuro en 2002, posteriormente me mudo acá y seguimos con el trabajo de las radios comunitarias acá. Con un grupo de personas del sector empezamos esta inquietud de la radio porque en Paracotos no había una radio comunitaria ni una radio normal o comercial. Nacimos en el sector El Latón. Ahí fueron nuestros primeros pasos y ahora seguimos acá en las instalaciones de la Casa de la Cultura Francisco Palacios. El presidente de la casa de la cultura nos hizo una especie de comodato. No pagamos local, ni agua ni luz y en El Latón sí lo pagábamos. Aquí estamos hace año y medio, pero nosotros como radio en sí estamos trabajando desde el 2001, desde el 21 de diciembre de 2001. Nosotros somos prácticamente los precursores de las radios comunitarias en los Altos Mirandinos. La Voz de Guaicaipuro es la pionera de las emisoras en los Altos Mirandinos.

2. Luego de consignar su “Manifiesto de interés” ¿cuánto tardó Conatel en responderle?

Nosotros nos establecimos como fundación en el 2002, introducimos los papeles el 5 de mayo de 2003 que creo era que se vencía la propuesta de Conatel y tuvimos un período como de un año y en el mismo 2003 nos entregaron la habilitación con el número 0027. De hecho incluyendo a las televisoras comunitarias somos la 121.

3. Luego de consignar todos los requisitos ¿cuánto tardó Conatel en responderle?

En todo el proceso tardamos como un año.

4. Breve reseña histórica de la emisora

Las cuatro radios utilizábamos el mismo trasmisor y hasta hace un año ese trasmisor todavía funcionaba aquí. San Diego, Salvemos La Montaña y nosotros lo teníamos un día a la semana por ser de las parroquias foráneas, mientras que la Voz de Guaicaipuro lo tenía el resto de la semana. Nosotros salíamos los viernes desde la 1:00 de la tarde hasta las 7:00, 8:00 de la noche. Ahora trabajamos 24 horas los siete días a la semana ¡claro con algunas dificultades! Nosotros tenemos debilidades como radio comunitaria porque, primero, como trabajamos con las comunidades aquí puede venir y hacer programas cualquier persona. No le preguntamos si tiene estatus universitario, si sabe utilizar los equipos, no, aquí se enseña a las personas a hacer radio. Eso sería una debilidad o ventaja de nuestra radio. Tampoco nosotros queremos competir con las radios privadas, no, eso es una mentira que las radios comunitarias van a competir con las radios comerciales porque el ideal de ellos es lucrarse pero no llevar un mensaje al pueblo, el mensaje que ellos dan es de consumo ¡consume, consume! Todo lo contrario al mensaje que nosotros llevamos. Nosotros podemos hacer publicidad, pero ¿cuál es la publicidad que nosotros hacemos? Al señor que aquí en Paracotos vende alpargatas, al señor que tiene una pequeña floristería, al otro que tiene una pulpería pero no a los grandes comercios ¿Por qué? Porque muchos dice que no se oye, que no trasciende el mensaje a otras parroquias y es que no es la idea o de repente podría ser bueno que si pudiéramos escuchar los mensajes de otras radios comunitarias porque a lo mejor San Diego está transmitiendo un mensaje que también nos compete y nosotros también lo lanzamos aquí, pero nosotros tenemos que estar claros que el mensaje que transmitimos tiene que ser para nuestra comunidad.

El nombre de la radio fue bastante improvisado porque se nos está terminando el plazo de Conatel viene del indio del pueblo que se llamaba Yoraco.

5. ¿Cómo estructura la programación diaria y semanal?

La programación es variada. Lo que no tenemos en estos momentos es un noticiero que vamos a tratar de hacer. Será en enero que empecemos con un

noticiero. Tratamos de hacer programas balanceados y colocar bastante música venezolana. Hay algunos huecos que se van llenando. Horas de 45 minutos porque los otros 15 minutos viene la identificación de la emisora. También tenemos planes de instalar una televisora. Todo lo que hemos hecho autogestionado y con el apoyo de la Voz de Guaicaipuro que nos ha ayudado mucho. Ellos a veces consiguen un equipo porque como están en la capital son más favorecidos. Siete años con el mismo transmisor, lo mandaron a buscar a Inglaterra. El primero era de 5 vatios y el de ahora es de 30. Estamos en espera de los equipos que nos va a dotar el Ministerio de Comunicación. Vamos a tener repetidoras. Estamos esperando que lleguen al país porque ya están pedidos. Red Tv servicio de mantenimiento a la mayoría de las radios del estado y tenemos esa ventaja por ahora.

La mayoría de los programas son en vivo. Son muy pocos los que se transmiten grabados. Hay algunos programas que son en vivo en la Voz de Guaicaipuro y que los retransmitimos aquí.

Lunes: 5:00 a 7:00 am - música venezolana

8:00 a 9:00 am – Rescatando el folklore

9:00 a 10:00 am – Caminos y Palabras con Pablo Ramírez

6:00 a 7:00 pm – Música, poesía y canciones

8:00 a 9:00 pm – Juego Petecontes

Martes: 10:00 am a 12:00 m – Ensalada Mixta

1:00 a 3:00 pm – El baúl de los recuerdos

Miércoles: 4:00 a 5:00 pm – Delicias tuyeras con Irto Polo

6:00 a 7:00 pm – Música, poesía y canciones

8:00 a 9:00 pm – Juego Petecontes

Jueves: 10:00 a 11:00 am – Contacto con la comunidad

4:00 a 5:00 pm – Delicias tuyeras con Irto Polo

Viernes: 10:00 a 11:00 am – Rescatando nuestras tradiciones con Cristina Zapata
 3:00 a 5:00 pm – El trecho informativo con Argenis Barreto
 4:00 a 5:00 pm – Delicias tuyeras con Irto Polo

Sábado: 9:00 a 10:00 am – Sincrodestino: ciencia y filosofía con Marinés Núñez
 11:00 am a 12:00 m – Cultura a su alcance
 12:00 m a 1:00 pm – Siglo XXI con Arianna Acosta (programa Juvenil)
 1:00 a 2:00 pm – Caminando con Cristo con Tamara Centeno (programa católico)
 3:00 a 4:00 pm – Arcoiris de mil colores (programa infantil)
 5:00 a 7:00 pm – Starmusic con Elvis Del Valle

Domingo: Aló Presidente, según el horario en el que empiece y termine
 4:00 a 5:00 pm – Así canta Paracotos

6. ¿Su tendencia política influye en la selección de los programas?

Aquí uno no le pide un carnet a la gente para que entre a la radio. Los requisitos son que sean de la comunidad y que el mensaje que quieran transmitir esté acorde con la comunidad. Cuando empezamos aquí la gente de la oposición era la que nos prestaban equipos ¡claro! Nosotros sabemos que si no fuera por este proceso revolucionario las radios comunitarias no existirían y por eso la mayoría de nosotros tenemos que tener un compromiso con el Estado

7. ¿Hacen críticas constructivas a las autoridades (nacional, regional o local) para lograr la solución de los problemas de la comunidad que representan?

Por supuesto y hemos tenido bastantes problemas porque cuando hacemos una crítica constructiva, que le decimos lo estás haciendo mal por esto, por esto y por esto o en el sector tal hay problemas, hay algunos que dicen que somos antirrevolucionarios, pero no es así. Nosotros queremos que en este proceso revolucionario haya las mejoras, las correcciones y la rectificación de las personas, que reconozcan que lo están haciendo mal. Cada día tenemos que

hacerlo mejor, igualito que nosotros en la radio. Si hay un programa que no lo está haciendo bien, nosotros tenemos que decirlo que rectifique y lo haga bien porque tiene una audiencia a la que se debe. Hay un monitoreo de todos los programas para saber cuáles hay que corregir.

8. ¿Qué actividades organizan en la emisora para beneficiar a la comunidad?

Aquí estamos trabajando conjuntamente con la cultura, con los médicos cubanos. Hemos hecho actividades de calle en casi todos los sectores de la parroquia. Contamos también acá por el apoyo de la casa de la cultura con actividades de danza, teatro, música, canto, aeróbic y lo hemos llevado a las comunidades. Motivar a los jóvenes por la cultura y el deporte y no por las cosas malas que están pasando en todo el territorio para que sean mejores ciudadanos. Con los consejos comunales cubriendo sus actividades con cámaras y transmitiendo vía telefónica lo que está pasando.

9. ¿Cuántos integrantes de la comunidad reciben diariamente?

No tenemos estadísticas, ni llevamos un control de los integrantes de la comunidad que recibimos. Podrían llegar 5, 10 o 20. no hay una cifra exacta. Además de que es un pueblo pequeño, la gente está informada por la radio y entre ellos mismos.

10. Gracias a la labor de la emisora ¿Han resuelto problemas de la comunidad? ¿Cuáles?

Claro. Teníamos un bote de basura en el sector La Suiza e hicimos una especie de cuña y la colocábamos diariamente hasta que los vecinos en conjunto con el consejo comunal decidieron quitar el bote. A un señor que necesita dinero para una operación le hicimos una campaña aquí para que pudiera operarse. Aquí hay una infinidad de problemas: no contamos con una red de cloacas, nos servimos de pozos naturales, pero hay un peligro latente por la población y la utilización de pozos sépticos que bañan a dañar las aguas limpias. Para mí concepto serían los problemas más fuertes. La inseguridad bueno, pero vivimos en una regional del

centro en la que todo es posible. Viene gente de Caracas, Aragua y hacen lo que quieren y se van. No contamos con un servicio de policía muy acorde para cubrir la población y al mismo tiempo la autopista. A veces tenemos un problemas en alguno de los 26 sectores y no llegan porque cuentan con pocos vehículos y 2 ó 3 policías que están en el comando.

11. ¿Reciben invitados y llamadas en vivo?

Claro, siempre la gente que venga la recibimos

12. ¿Cuál es el parámetro para seleccionar a los invitados?

Cada programa trae sus invitados de acuerdo a su temática. Pueden ser o no de la parroquia. Aunque lo importante es resaltar el talento de la comunidad, que muchas veces no canta música venezolana sino rancheras pero es de la comunidad.

13. ¿Invitan personas con distintas tendencias políticas? ¿Cómo cuáles?

No tenemos programa político como tal. Hay un señor que habla pero no trae invitados para debatir. Él lo que hace un recuento de lo que pasa en la semana. Su tendencia es oficialista, pero no es una limitante. No les negamos el espacio a personas de la oposición, pero claro se tiene que mantener el respeto. Cada quien se dedica a su programa y más allá de lo político se lleva un programa educativo. Yo tengo mi inclinación política, pero esa inclinación es para mí, no para la radio.

14. ¿Invitan especialitas en determinadas materias que no tengan nada que ver con lo político?

Hemos tenido algunos invitados, pero aquí la población no está tan interesada por esos temas y quienes saben de eso tampoco son muy interesados en transmitir esos mensajes. Ahora estamos en conversaciones con una muchacha que estudia derecho para que asesore a los consejos comunales y a las personas en general.

15. ¿Han recibido un llamado de atención o amonestación por parte de CONATEL? ¿Cuál fue la causa?

No, gracias a Dios no hemos tenido problemas. Siempre tenemos ese contacto directo. Ellos nos invitan a reuniones en Conatel. Al año pueden venir una o dos veces. No son muy exigentes. No es solamente dar una señal, no es sólo lograr el hijo, hay que mantenerlo. En ese sentido no hemos tenido mucho apoyo de ellos. Como saben que no tenemos mucha publicidad ni recurso a lo mejor por eso no nos controlan tanto. Yo creo que este año (2008) se ha visto un mayor trabajo con las emisoras por parte de Conatel. La gente que está ahorita tiene mayor carisma. Tengo amigos que tienen 6 ó 7 años luchando por una habilitación y no se la han dado.

16. ¿Cree que las radios comunitarias son percibidas como emisoras politizadas? ¿Por qué?

Nosotros no estamos politizados, pero puede que sí existan. De repente la comunidad sí nos perciben como una radio política. Pero nosotros tratamos de llevar un mensaje plural porque sino seríamos una radio del Estado. Tenemos que aprovechar la oportunidad de poder criticar. Nosotros hicimos un proyecto a FIDES para las cuatro radios de los Altos Mirandinos, se cumplió con todos los recursos, se habilitaron los recursos pero no llegaron. Eran 64 millones de los viejos por radio pero trascendieron de la Alcaldía. Ese dinero es para el equipamiento de la radio, pero a nosotros no nos llegó ni un cable RCA. Y a lo mejor esos recursos no llegaron por la misma crítica que hemos hecho.

17. ¿Cree que las radios comunitarias son percibidas como de baja calidad?

Bueno hemos trabajado prácticamente con las uñas. No tenemos la calidad que puede tener una radio comercial. Tenemos que educar a las comunidades. Sí puede que tenemos baja calidad y a veces por eso nos quitan al dial, pero es que no tenemos el dinero. Aquí en las reuniones con los consejos comunales nosotros le decimos la verdad. Nosotros tenemos una debilidad ahorita, el trasmisor tiene siete años trabajando y no tenemos con qué comprar otro. A las personas que

están aquí no es que se le paga algo pero hay que incentivarlos con algo, no es que te vas a lucrar pero todos necesitan comer. Ahorita el trasmisor está trabajando con baja potencia y no estamos llegando a todos los lugares donde debemos llegar porque además esta zona es problemática por lo montañoso.

¿Cómo manejan la publicidad?

Tenemos algunas publicidades del estado, por ejemplo la Gobernación no brinda ese apoyo. Nos daban una especie de aporte con una publicidad de tres meses eran 3.000 bolívares fuertes mensuales. El Ministerio de Comunicación también ha hecho publicidad de mayo para acá. Para particulares es 100 bolívares fuertes mensual y se trasmite la publicidad 5 ó 6 veces diarias pero puede sonar más. A veces como nos consideran una radio chavista prefieren no publicitar aquí.

9.10.- ANEXO J

Fotos de las instalaciones de Yoraco



Entrada de la Casa de la Cultura, donde funciona la radio comunitaria



Instalaciones de Yoraco



Instalaciones de Yoraco



Equipos de Yoraco

9.11.- ANEXO K

*Transcripción de entrevista al presidente de la Radio Salvemos La
Montaña, Aníbal Carrasco*

Emisora: Salvemos La Montaña 109.3 FM

Nombre del integrante fundador: Aníbal Carrasco, presidente

Número de integrantes de la Fundación: 7 integrantes

Entrevista realizada el 16 de diciembre de 2008

1. ¿Qué lo incentivó a formar una radio comunitaria?

Nuestra propuesta aquí en la montaña es crear una emisora que tenga un asiento del patrimonio histórico-cultural. Nosotros estamos en territorio de los Arbacos. Investigamos y hace poco descubrimos que en ésta zona hubo confrontaciones entre 1560 y 1570, es decir, aquí había una población mucho antes de la llegada de España. 800 ó 1000 años antes de España, ya estaban aquí los Arbacos. Al descubrir esos datos, nosotros quisimos reivindicar el carácter histórico de la zona, al cual se le suma después su característica ambiental. El esfuerzo nuestro busca el reconocimiento del territorio: altura promedio, temperatura promedio, entre algunas otras cosas. Por todo esto, lo que estamos llevando a cabo es un proyecto que tiene radio, mas la radio no es el centro.

2. Luego de que consignó su “Manifiesto de interés” ¿cuánto tardó Conatel en responderle?

Eso fue rápido, en un año más o menos.

3. Luego de que consignó todo los requisitos ¿cuánto tardó Conatel en responderle?

A nosotros nos habilitaron en el año 2003, luego de reunir el componente social, económico, legal y técnico. Este último es el que más se nos dificultó pues teníamos que hacer mediciones y decir cuál señal estaba disponible, pero luego CONATEL nos mandó personal para asesorarnos.

4. Breve reseña histórica de la emisora

Nosotros fuimos inicialmente cuatro radios, como las pioneras del municipio Guaicaipuro; las cuatro salíamos por un mismo dial, teníamos una sola antena;

cada emisora la utilizaba un día a la semana, es decir, salíamos al aire antes de recibir la habilitación y concesión por parte de CONATEL.

5. ¿Cómo estructura la programación diaria y semanal?

Como estuvimos fuera del aire casi un año, resolviendo algunos problemas técnicos; ahorita no tenemos una programación como tal. Tenemos mucha presencia de jóvenes. En la semana, colocamos algunos programas grabados porque la gente de la comunidad trabaja, pero los fines de semana nos damos con todo con programas en vivo.

Nota: al final de la transcripción de esta entrevista están los cuadros de programación.

6. ¿Su tendencia política influye en la selección de las programas?

Para nada, aquí no hay censura previa dada por la posición política de las personas que vienen a hacer sus programas aquí. La radio no está para eso.

7. ¿Hacen críticas constructivas a las autoridades (nacional, regional o local) para lograr la solución de los problemas de la comunidad que representan?

Si, claro. De hecho, la construcción del liceo que está aquí al lado es un logro de las críticas y peticiones de la radio.

8. ¿Qué actividades organizan en la emisora para beneficiar a la comunidad?

La radio se está iniciando, lleva una semana al aire, luego de un año sin actividades y de un año lleno de problemas; sin embargo, nuestra inauguración fue una fiesta enorme para recolectar fondos para la graduación del primer grupo de alumnos que sale del liceo donde está ubicada la radio.

La transmisión de cada evento especial, elecciones de consejo comunal, todo ese tipo de información proveniente de la comunidad.

9. ¿Cuántos integrantes de la comunidad reciben diariamente?

Aquí la radio se usaba mucho por los integrantes de la comunidad, no sólo para denunciar, sino para saludar también. Las denuncias nunca las sacamos al aire sin antes corroborarla.

10. Gracias a la labor de la emisora ¿Han resuelto problemas de la comunidad?

Si, a través de nuestras críticas, se han resuelto muchos problemas.

11. ¿Cuáles problemas recuerda que resolvieron luego de denunciarlo por la radio?

El ingreso de médicos y el mejoramiento de la infraestructura del ambulatorio. También logramos que se concretaran varios proyectos comunales y el mejoramiento del liceo.

12. ¿Reciben invitados y llamadas en vivo?

Sí, recibimos invitados, todo el que quiera venir; como te dije si es una denuncia, tenemos que comprobarla primero.

Recibimos invitados y tenemos muy buena tecnología para recibir llamadas en vivo.

13. ¿Cuál es el parámetro para seleccionar a los invitados?

No tenemos ningún parámetro, normalmente la gente que hace sus programas trae a sus invitados, expertos en la materia.

14. ¿Invitan personas con distintas tendencias políticas?

Sí claro, aquí hay un programa que se llama “muchas voces”, que es un programa de discusión política a dos voces que se hace los sábados. Es una especie de debate entre quienes apoyamos al presidente y quienes lo adversan.

15. ¿Invitan especialistas en determinadas materias que no tengan nada que ver con lo político?

Sí, aquí tenemos especialistas en historia, que hacen programas sobre los Arbacos y la historia de la zona. Hay especialistas en el tema ambiental también.

16. ¿Han recibido un llamado de atención o amonestación por parte de CONATEL?

No, CONATEL nos supervisa una o dos veces al año, pero una amonestación, nunca.

Una vez tuvimos que enviarles una carta explicando que por razones de falta de tecnología necesaria, no podíamos transmitir las cadenas del presidente, pero eso no pasó a mayores, se solucionó rápido.

17. ¿Cuál fue la causa?

--

18. ¿Cree que las radios comunitarias son percibidas como emisoras politizadas? ¿Por qué?

Sí, la percepción existe. Me temo que es porque con la llegada del presidente, se potenciaron las radios comunitarias existentes y surgieron muchas otras muy vinculadas al apoyo para el presidente.

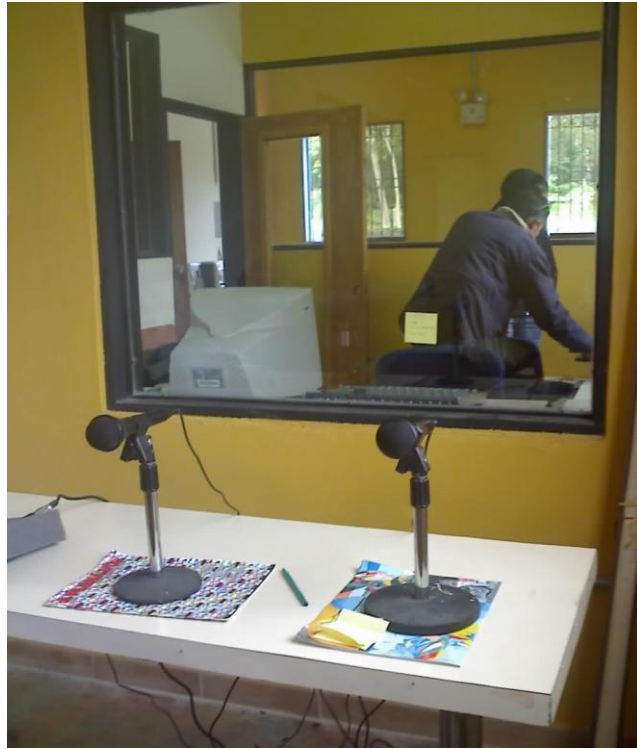
19. ¿Cree que las radios comunitarias son percibidas como de baja calidad?

Sí, hay una percepción, pero ahí hay una mala intención de las emisoras privadas que nos quieren hacer ver así, pero no es la realidad. En este momento nosotros somos la única radio comunitaria que está haciendo ruido, las demás no.

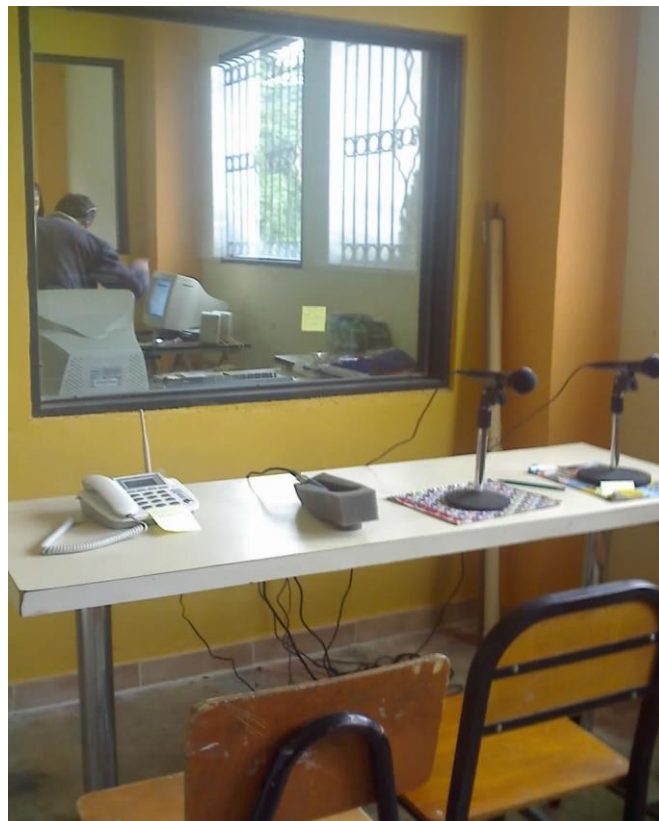
Nuestro problema sí puede ser técnico, pero con respecto al contenido, nosotros contamos con excelente programación radial.

9.12.- ANEXO L

Fotos de la instalaciones de Salvemos La Montaña



Cabina de la radio comunitaria de Laguneta de La Montaña





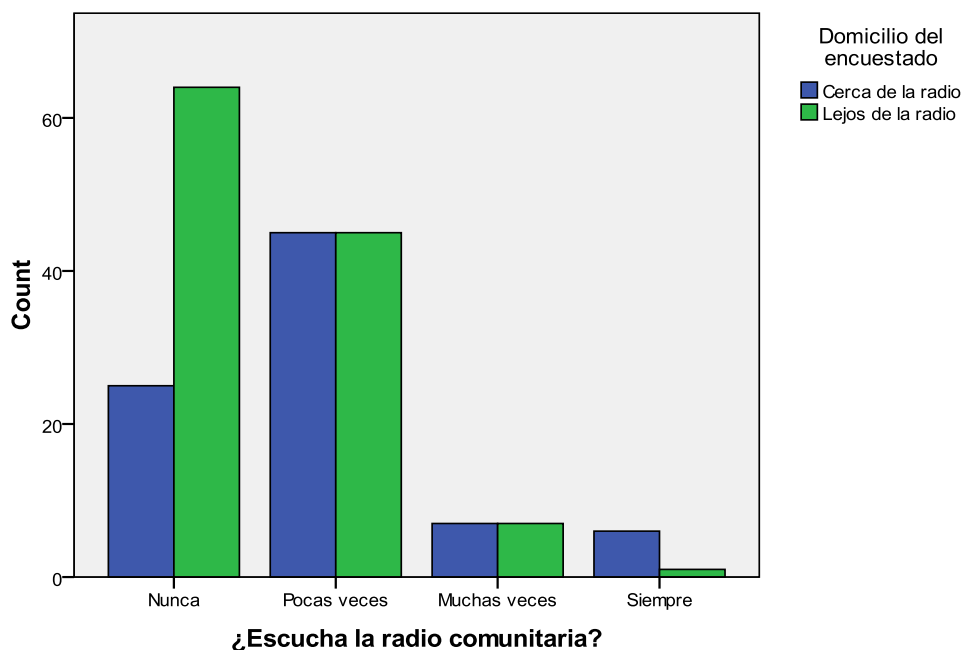
Equipos de Salvemos La Montaña

9.13.- ANEXO M

*Tabla y Gráfico del cruce del dato de identificación de domicilio con
el ítem N° 1*

¿Escucha la radio comunitaria? * Domicilio del encuestado Crosstabulation

			Domicilio del encuestado		Total
			Cerca de la radio	Lejos de la radio	
¿Escucha la radio comunitaria?	Nunca	Count	25	64	89
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	28,1%	71,9%	100,0%
		% within Domicilio del encuestado	30,1%	54,7%	44,5%
		% of Total	12,5%	32,0%	44,5%
	Pocas veces	Count	45	45	90
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	50,0%	50,0%	100,0%
		% within Domicilio del encuestado	54,2%	38,5%	45,0%
		% of Total	22,5%	22,5%	45,0%
	Muchas veces	Count	7	7	14
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	50,0%	50,0%	100,0%
		% within Domicilio del encuestado	8,4%	6,0%	7,0%
		% of Total	3,5%	3,5%	7,0%
	Siempre	Count	6	1	7
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	85,7%	14,3%	100,0%
		% within Domicilio del encuestado	7,2%	,9%	3,5%
		% of Total	3,0%	,5%	3,5%
Total	Count	83	117	200	
	% within ¿Escucha la radio comunitaria?	41,5%	58,5%	100,0%	
	% within Domicilio del encuestado	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	41,5%	58,5%	100,0%	

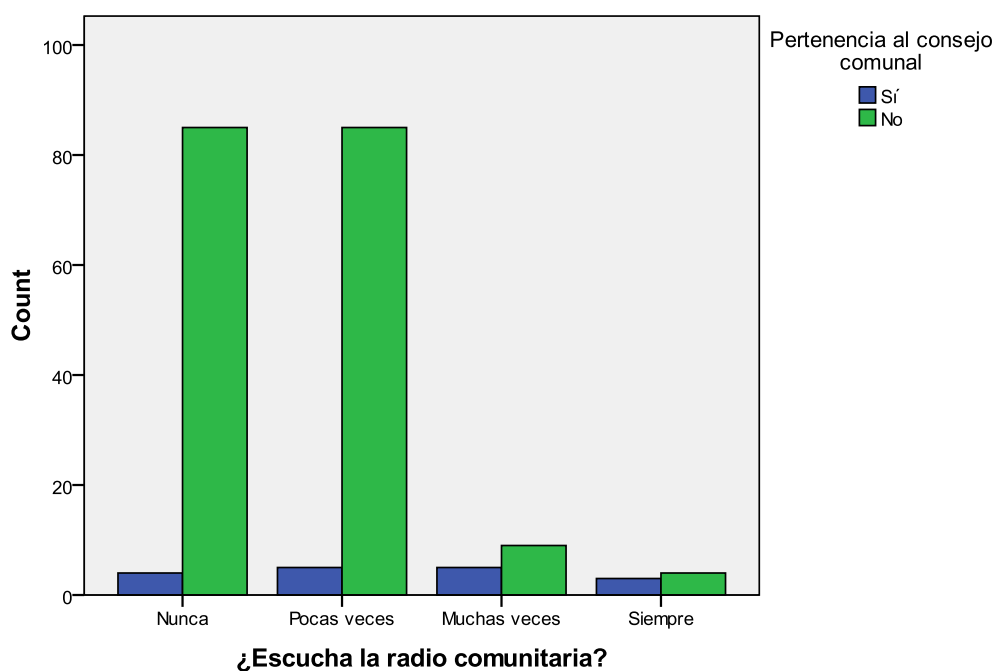


9.14.- ANEXO N

Tabla y Gráfico del cruce del dato de identificación de pertenencia al consejo comunal con el ítem N° 1

¿Escucha la radio comunitaria? * Pertenencia al consejo comunal Crosstabulation

			Pertenencia al consejo comunal		Total
			Sí	No	
¿Escucha la radio comunitaria?	Nunca	Count	4	85	89
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	4,5%	95,5%	100,0%
		% within Pertenencia al consejo comunal	23,5%	46,4%	44,5%
		% of Total	2,0%	42,5%	44,5%
	Pocas veces	Count	5	85	90
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	5,6%	94,4%	100,0%
		% within Pertenencia al consejo comunal	29,4%	46,4%	45,0%
		% of Total	2,5%	42,5%	45,0%
	Muchas veces	Count	5	9	14
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	35,7%	64,3%	100,0%
		% within Pertenencia al consejo comunal	29,4%	4,9%	7,0%
		% of Total	2,5%	4,5%	7,0%
Siempre	Count	3	4	7	
	% within ¿Escucha la radio comunitaria?	42,9%	57,1%	100,0%	
	% within Pertenencia al consejo comunal	17,6%	2,2%	3,5%	
	% of Total	1,5%	2,0%	3,5%	
Total	Count	17	183	200	
	% within ¿Escucha la radio comunitaria?	8,5%	91,5%	100,0%	
	% within Pertenencia al consejo comunal	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	8,5%	91,5%	100,0%	

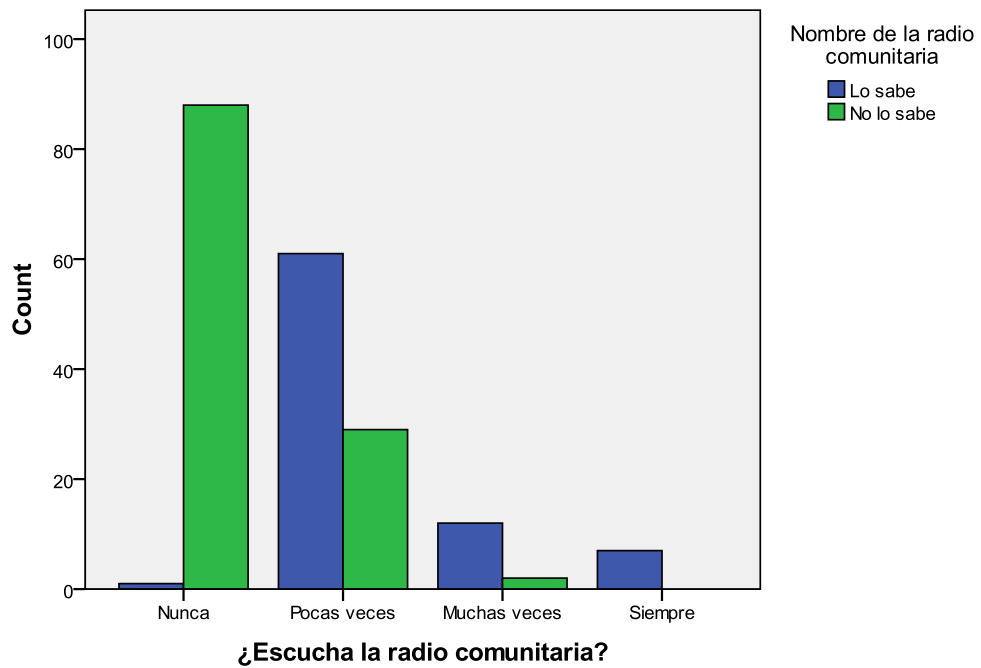


9.15.- ANEXO O

Tabla y Gráfico del cruce del dato de identificación del nombre de la radio comunitaria y el ítem N° 1

¿Escucha la radio comunitaria? * Nombre de la radio comunitaria Crosstabulation

			Nombre de la radio comunitaria		Total
			Lo sabe	No lo sabe	
¿Escucha la radio comunitaria?	Nunca	Count	1	88	89
		% of Total	,5%	44,0%	44,5%
	Pocas veces	Count	61	29	90
		% of Total	30,5%	14,5%	45,0%
	Muchas veces	Count	12	2	14
		% of Total	6,0%	1,0%	7,0%
	Siempre	Count	7	0	7
		% of Total	3,5%	,0%	3,5%
Total	Count	81	119	200	
	% of Total	40,5%	59,5%	100,0%	

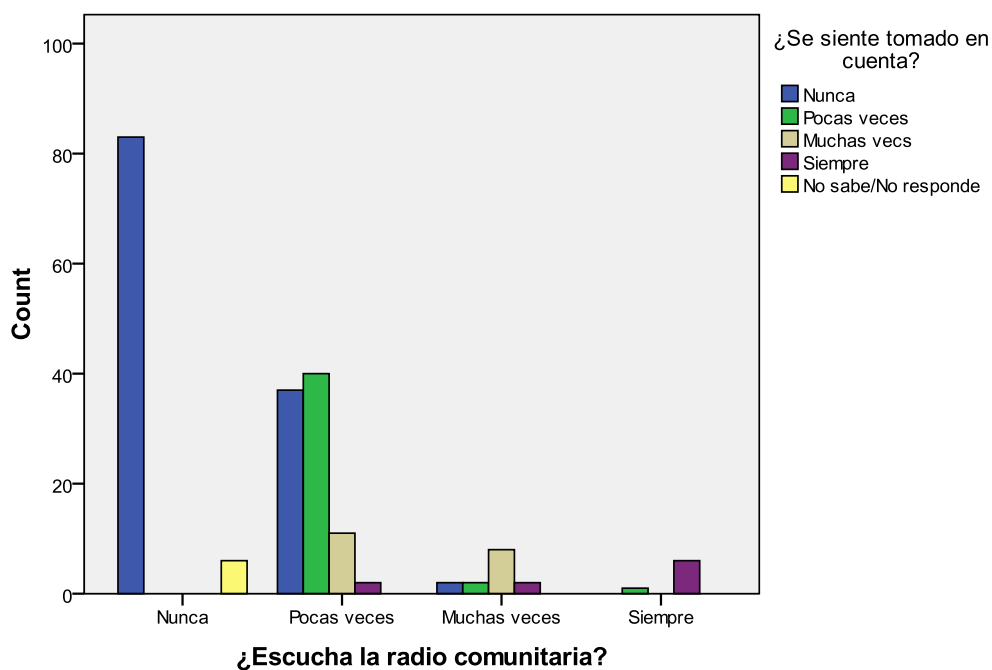


9.16.- ANEXO P

Tabla y Gráfico del cruce de los ítems N° 1 y 2

¿Escucha la radio comunitaria? * ¿Se siente tomado en cuenta? Crosstabulation

			¿Se siente tomado en cuenta?					Total
			Nunca	Pocas veces	Muchas veces	Siempre	No sabe/No responde	
¿Escucha la radio comunitaria?	Nunca	Count	83	0	0	0	6	89
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	93,3%	,0%	,0%	,0%	6,7%	100,0%
		% within ¿Se siente tomado en cuenta?	68,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	44,5%
		% of Total	41,5%	,0%	,0%	,0%	3,0%	44,5%
	Pocas veces	Count	37	40	11	2	0	90
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	41,1%	44,4%	12,2%	2,2%	,0%	100,0%
		% within ¿Se siente tomado en cuenta?	30,3%	93,0%	57,9%	20,0%	,0%	45,0%
		% of Total	18,5%	20,0%	5,5%	1,0%	,0%	45,0%
	Muchas veces	Count	2	2	8	2	0	14
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	14,3%	14,3%	57,1%	14,3%	,0%	100,0%
		% within ¿Se siente tomado en cuenta?	1,6%	4,7%	42,1%	20,0%	,0%	7,0%
		% of Total	1,0%	1,0%	4,0%	1,0%	,0%	7,0%
	Siempre	Count	0	1	0	6	0	7
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	,0%	14,3%	,0%	85,7%	,0%	100,0%
		% within ¿Se siente tomado en cuenta?	,0%	2,3%	,0%	60,0%	,0%	3,5%
		% of Total	,0%	,5%	,0%	3,0%	,0%	3,5%
Total	Count	122	43	19	10	6	200	
	% within ¿Escucha la radio comunitaria?	61,0%	21,5%	9,5%	5,0%	3,0%	100,0%	
	% within ¿Se siente tomado en cuenta?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	61,0%	21,5%	9,5%	5,0%	3,0%	100,0%	

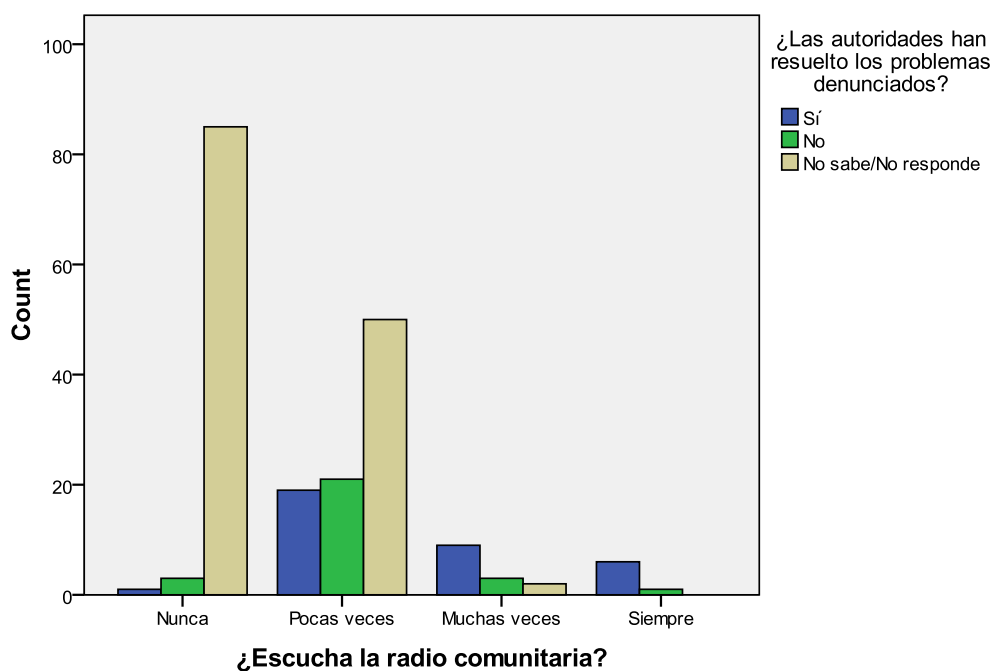


9.17.- ANEXO Q

Tabla y Gráfico del cruce de los ítems N° 1 y 6

¿Escucha la radio comunitaria?* ¿Las autoridades han resuelto los problemas denunciados? Crosstabulation

			¿Las autoridades han resuelto los problemas denunciados?			Total
			Sí	No	No sabe/No responde	
¿Escucha la radio comunitaria?	Nunca	Count	1	3	85	89
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	1,1%	3,4%	95,5%	100,0%
		% within ¿Las autoridades han resuelto los problemas denunciados?	2,9%	10,7%	62,0%	44,5%
		% of Total	,5%	1,5%	42,5%	44,5%
	Pocas veces	Count	19	21	50	90
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	21,1%	23,3%	55,6%	100,0%
		% within ¿Las autoridades han resuelto los problemas denunciados?	54,3%	75,0%	36,5%	45,0%
		% of Total	9,5%	10,5%	25,0%	45,0%
	Muchas veces	Count	9	3	2	14
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	64,3%	21,4%	14,3%	100,0%
		% within ¿Las autoridades han resuelto los problemas denunciados?	25,7%	10,7%	1,5%	7,0%
		% of Total	4,5%	1,5%	1,0%	7,0%
Siempre	Count	6	1	0	7	
	% within ¿Escucha la radio comunitaria?	85,7%	14,3%	,0%	100,0%	
	% within ¿Las autoridades han resuelto los problemas denunciados?	17,1%	3,6%	,0%	3,5%	
	% of Total	3,0%	,5%	,0%	3,5%	
Total	Count	35	28	137	200	
	% within ¿Escucha la radio comunitaria?	17,5%	14,0%	68,5%	100,0%	
	% within ¿Las autoridades han resuelto los problemas denunciados?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	17,5%	14,0%	68,5%	100,0%	

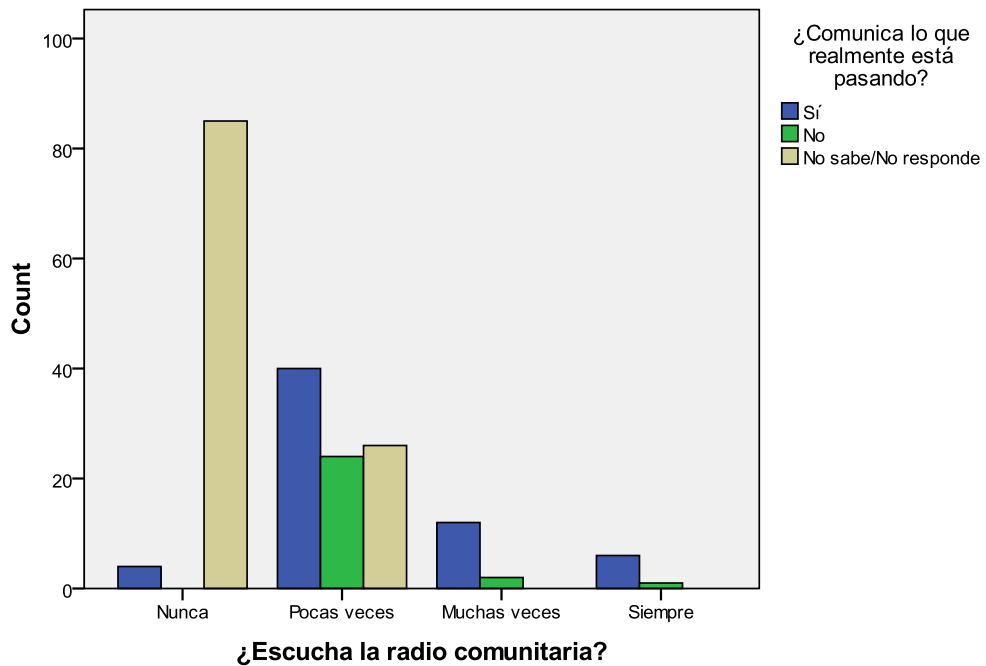


9.18.- ANEXO R

Tabla y Gráfico del cruce de los ítems N° 1 y 8

¿Escucha la radio comunitaria? * ¿Comunica lo que realmente está pasando? Crosstabulation

			¿Comunica lo que realmente está pasando?			Total
			Sí	No	No sabe/No responde	
¿Escucha la radio comunitaria?	Nunca	Count	4	0	85	89
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	4,5%	,0%	95,5%	100,0%
		% within ¿Comunica lo que realmente está pasando?	6,5%	,0%	76,6%	44,5%
		% of Total	2,0%	,0%	42,5%	44,5%
	Pocas veces	Count	40	24	26	90
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	44,4%	26,7%	28,9%	100,0%
		% within ¿Comunica lo que realmente está pasando?	64,5%	88,9%	23,4%	45,0%
		% of Total	20,0%	12,0%	13,0%	45,0%
	Muchas veces	Count	12	2	0	14
		% within ¿Escucha la radio comunitaria?	85,7%	14,3%	,0%	100,0%
		% within ¿Comunica lo que realmente está pasando?	19,4%	7,4%	,0%	7,0%
		% of Total	6,0%	1,0%	,0%	7,0%
Siempre	Count	6	1	0	7	
	% within ¿Escucha la radio comunitaria?	85,7%	14,3%	,0%	100,0%	
	% within ¿Comunica lo que realmente está pasando?	9,7%	3,7%	,0%	3,5%	
	% of Total	3,0%	,5%	,0%	3,5%	
Total	Count	62	27	111	200	
	% within ¿Escucha la radio comunitaria?	31,0%	13,5%	55,5%	100,0%	
	% within ¿Comunica lo que realmente está pasando?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	31,0%	13,5%	55,5%	100,0%	

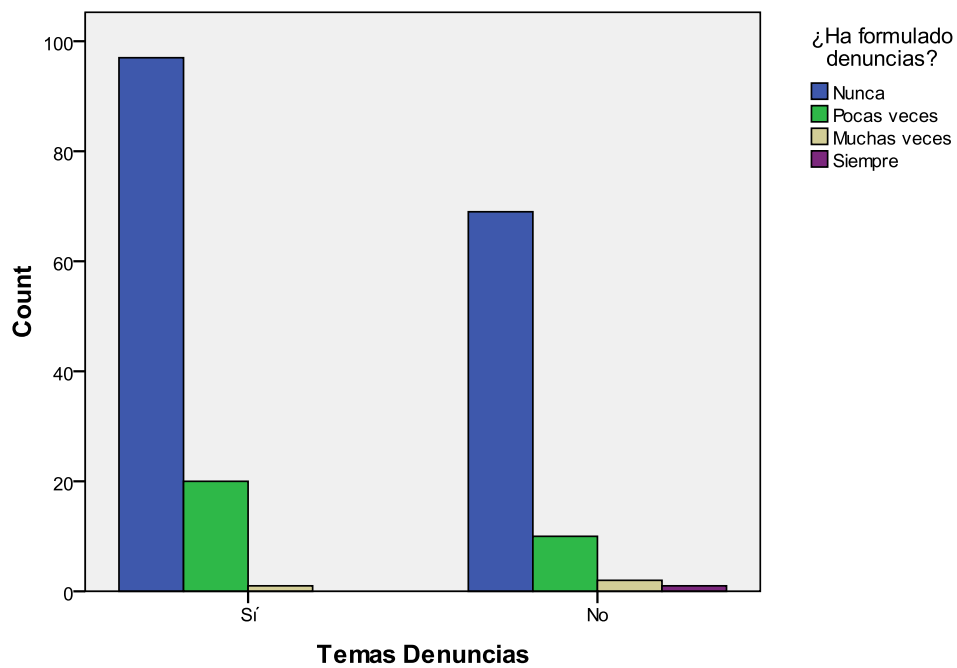


9.19.- ANEXOS

Tabla y Gráfico del cruce de los ítems N° 5 y 7

Temas Denuncias * ¿Ha formulado denuncias? Crosstabulation

			¿Ha formulado denuncias?				Total
			Nunca	Pocas veces	Muchas veces	Siempre	
Temas Denuncias	Sí	Count	97	20	1	0	118
		% within Temas Denuncias	82,2%	16,9%	,8%	,0%	100,0%
		% within ¿Ha formulado denuncias?	58,4%	66,7%	33,3%	,0%	59,0%
		% of Total	48,5%	10,0%	,5%	,0%	59,0%
	No	Count	69	10	2	1	82
		% within Temas Denuncias	84,1%	12,2%	2,4%	1,2%	100,0%
		% within ¿Ha formulado denuncias?	41,6%	33,3%	66,7%	100,0%	41,0%
		% of Total	34,5%	5,0%	1,0%	,5%	41,0%
Total	Count	166	30	3	1	200	
	% within Temas Denuncias	83,0%	15,0%	1,5%	,5%	100,0%	
	% within ¿Ha formulado denuncias?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	83,0%	15,0%	1,5%	,5%	100,0%	

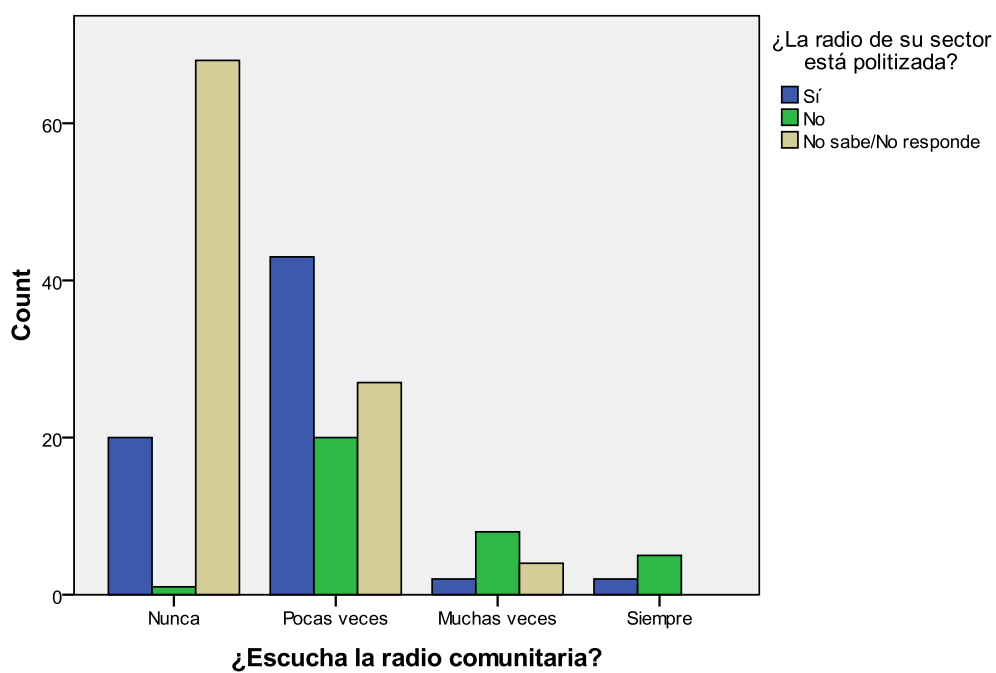


9.20.- ANEXO T

Tabla y Gráfico del cruce de los ítems N° 1 y 10

¿Escucha la radio comunitaria? * ¿La radio de su sector está politizada? Crosstabulation

			¿La radio de su sector está politizada?			Total
			Sí	No	No sabe/No responde	
¿Escucha la radio comunitaria?	Nunca	Count	20	1	68	89
		% of Total	10,0%	,5%	34,0%	44,5%
	Pocas veces	Count	43	20	27	90
		% of Total	21,5%	10,0%	13,5%	45,0%
	Muchas veces	Count	2	8	4	14
		% of Total	1,0%	4,0%	2,0%	7,0%
	Siempre	Count	2	5	0	7
		% of Total	1,0%	2,5%	,0%	3,5%
Total	Count	67	34	99	200	
	% of Total	33,5%	17,0%	49,5%	100,0%	



9.21.- ANEXO U

Tabla y Gráfico del cruce de los ítems N° 9 y 10

¿Deben estar parcializadas político-partidista? * ¿La radio de su sector está politizada? Crosstabulation

			¿La radio de su sector está politizada?			Total
			Sí	No	No sabe/No responde	
¿Deben estar parcializadas político-partidista?	Sí	Count	7	6	2	15
		% within ¿Deben estar parcializadas político-partidista?	46,7%	40,0%	13,3%	100,0%
		% within ¿La radio de su sector está politizada?	10,4%	17,6%	2,0%	7,5%
	% of Total		3,5%	3,0%	1,0%	7,5%
	No	Count	60	28	90	178
		% within ¿Deben estar parcializadas político-partidista?	33,7%	15,7%	50,6%	100,0%
		% within ¿La radio de su sector está politizada?	89,6%	82,4%	90,9%	89,0%
	% of Total		30,0%	14,0%	45,0%	89,0%
	No sabe/No responde	Count	0	0	7	7
% within ¿Deben estar parcializadas político-partidista?		,0%	,0%	100,0%	100,0%	
% within ¿La radio de su sector está politizada?		,0%	,0%	7,1%	3,5%	
% of Total		,0%	,0%	3,5%	3,5%	
Total	Count	67	34	99	200	
	% within ¿Deben estar parcializadas político-partidista?	33,5%	17,0%	49,5%	100,0%	
	% within ¿La radio de su sector está politizada?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	33,5%	17,0%	49,5%	100,0%	

