



Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología
ISSN 1315-0006 / Depósito legal pp 199202ZU44
Vol. 19 No. 2 (abril-junio, 2010): 349 - 373

Ciudadanía y Discurso Noticioso: El caso de la Red Nacional de Fe y Alegría

*Mónica Marchesi García y José Enrique Finol**

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo principal determinar cuáles son los elementos que utiliza la radio venezolana para construir ciudadanía. La investigación tiene un enfoque cualitativo basado en los conceptos de semiosis social e isotopía y en los elementos para la construcción de la noticia. Para el estudio se realizó una grabación de los noticieros durante 3 semanas: en la primera se grabó la emisión matutina, en la segunda la meridiana y en la tercera la vespertina. Los resultados demuestran que la red nacional de Fe y Alegría posee una práctica discursiva cercana al periodismo liberal y que, aunque tiene una política informativa destinada a generar una ciudadanía de empoderamiento, en su discurso noticioso se realiza un complejo entramado que se orienta especialmente a lo que se denomina como participación ciudadana.

Palabras clave: Ciudadanía, Semiótica, radio, discurso, participación, información, ciudadanos.

Citizenship and News Discourse: Case of the National *Fe y Alegría* Network

Abstract

The main objective of the following article is to determine which elements are used on Venezuelan radio to construct the social notion of citizenship. This investigation has a qualitative focus, based on concepts of social semiosis and isotopy and on elements for constructing

* Laboratorio de Investigaciones Semióticas y Antropológicas, Universidad del Zulia.
E-mail: mmarchesi@cantv.net, joseenriquefinol@cantv.net.

the news. For this study, recordings of news programs were made during three weeks: in the first week, the morning transmissions were recorded; during the second week, the noon transmissions; and the third week, the evening transmissions. Results show that the national network called *Fe y Alegría* (Faith and Joy), has a practical discourse close to that of liberal journalism, and even though it has a different informative policy destined to generate a citizenship of empowerment, there is a complex lattice in its news discourse that focuses especially on what we call citizen participation.

Key words: Citizenship, semiotics, radio, discourse, participation, information, citizens.

Introducción

Ante la importancia que han tomado los medios de comunicación en la reestructuración de la sociedad, y específicamente la relevancia que la radio tiene en el consumo general de medios por parte de la población venezolana, es pertinente una pregunta, ¿realmente los medios de comunicación, en particular la radio, están cumpliendo con el papel de construir ciudadanía? ¿O simplemente los hechos de una sociedad se hacen públicos sin que haya ninguna trascendencia? Más aún, en las nuevas relaciones entre medios de comunicación y sociedad ¿cuáles son las estrategias e intereses que determinan la dirección de las relaciones entre una y otra?

En una primera definición, la ciudadanía es la relación entre un individuo y el Estado del que es miembro, definida por la ley de ese Estado, con los correspondientes derechos y obligaciones (Enciclopedia Barsa, 1987:13). Según la Real Academia Española, ciudadanía es la calidad y derecho del ciudadano, y a éste lo define como el habitante de las ciudades antiguas o de estados modernos como sujeto de derechos políticos, ejercitándolos en el gobierno del país. En estas definiciones se involucra el tema de los derechos y se habla de deberes; sin embargo, son conceptos poco amplios, que no abarcan todos los elementos que en la actualidad se utilizan al hablar del tema de ciudadanía, como la igualdad entre los habitantes de una sociedad, tanto en género, religión, ingresos socioeconómicos, y eso sin tomar en cuenta la estrecha relación que ha tomado este concepto frente a los medios de comunicación a partir del nacimiento de los mismos.

El tema de la ciudadanía, como explicábamos anteriormente, no es nada nuevo, sin embargo en los últimos años se han incorporado a su definición nuevos elementos, pues en sus principios sólo se hablaba de la igualdad de derechos en cuanto a género, edad, condición social. En la actualidad no podemos hablar de ciudadanía sin tomar en cuenta que ya no sólo se trata de una relación igualitaria entre el Estado y el individuo sino también entre los pares y, además, que todos debemos reconocer en el otro un ciudadano en igual condición y que hay algo común que nos une: respeto y consideración mutua.

Para desarrollar nuestro estudio seleccionamos la oferta informativa y específicamente el formato noticioso entre las opciones programáticas de la radio. Nos proponemos determinar y analizar los elementos de ciudadanía que se expresan en el mencionado formato noticioso y también en las definiciones de política informativa que las emisoras han formulado. Los componentes elegidos -formato noticioso y política informativa- constituyen espacios privilegiados donde se expresan los temas relacionados con la defensa de los derechos individuales y colectivos y acciones que demuestren una intermediación entre el medio y las instancias de gobierno.

Este estudio es de tipo descriptivo, porque se centra en la interpretación de los elementos de ciudadanía presentes en los noticieros de la Red Nacional de Radio Fe y Alegría. Según explica Arias (1999), los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables, aun cuando no se formulen hipótesis. Por ser una investigación descriptiva, se aborda el fenómeno tal y como se da en su contexto natural para posteriormente analizarlo.

Además, la investigación es de tipo documental y de campo ya que se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otro tipo de documentos (Arias, 1999), como es en primer término la revisión bibliográfica sobre el tema y las referencias de investigaciones afines. En cuanto a la investigación de campo, se recolectó la información directamente en la realidad donde ocurren los hechos, donde además no se manipula, ni controla ninguna variable.

La técnica de recolección que predominó en este estudio, es decir la manera como se obtuvieron principalmente los datos, fue la observación directa (Arias, 1999), a través de la grabación de las 3 emisiones de los noticieros del mencionado circuito, lo que permitió obtener una *semana tipo*, es decir, la grabación fue durante 3 semanas: en la primera se grabó la emisión matutina, en la segunda la meridiana y en la tercera la vespertina. Por otra parte, también se utilizó la encuesta en su modalidad entrevista, la cual se efectuó a los jefes informativos de la red. Los instrumentos que se utilizaron para almacenar la información recolectada fueron guías de entrevistas y planillas de registro de datos (Mata y Scarafía, 1993).

El modelo que se utilizó para el análisis del corpus se aplicó tanto al discurso noticioso radiofónico como al discurso escrito, el primero obtenido a través de las grabaciones y el segundo mediante las entrevistas. El análisis está basado en el concepto de recurrencia, el cual tiene como función fundamental la constitución de bloques semánticos en el discurso. Estos bloques semánticos están caracterizados por la redundancia de semas, lo que genera las Isotopías, las cuáles permiten configurar el aspecto ideológico presente en los discursos.

Estas Isotopías son definidas por Greimas como la "iteratividad - a lo largo de una cadena sintagmática - de clasemas¹ que aseguran al discurso-enunciando su homogeneidad" (Greimas y Courtés, 1979:230). Dentro de las Isotopías tomaremos para el análisis especialmente la Isotopía semántica, la cual posibilita la lectura uniforme del discurso, tal como resulta de las lecturas parciales de los enunciados que lo constituyen y guiándonos de esta manera por la búsqueda de una lectura única.

1. Ciudadanía y discurso noticioso: caso Red Nacional de Fe y Alegría

El discurso radiofónico está dividido en 3 géneros principales: Informativo, Dramático y Musical (López Vigil, 1997; Prieto, 2001). Dentro del primero están presentes los formatos que como su nombre lo indica representan las formas en que se presenta el discurso, que pueden ser pequeños, como encuestas, manchetas, cuñas, y grandes, como la crónica y el reportaje. A lo largo de este estudio analizamos los siguientes elementos: Titulares, Tiempo de duración, Temáticas, Ámbitos y modos y Fuentes, los cuales son espacios que privilegian la interacción entre los ciudadanos y el poder. A lo largo de la muestra se pudo observar que se utiliza el formato Titular, el cual da un resumen de lo más importante a resaltar en la noticia y la destaca frente a otras.

En el caso de la RNR Fe y Alegría² el tema prioritario dentro de los titulares es Política y Gobierno. En efecto, de 19 titulares realizados durante las 3 semanas de muestra 14 tocan temas relacionados con partidos políticos, actividades y declaraciones del presidente de la república y noticias de la Asamblea Na-

- 1 Los clasemas se definen como "los semas contextuales, es decir aquellos que son recurrentes en el discurso y garantizan su isotopía" (Greimas y Courtés, 1979: 37). La repetición de semas o unidades mínimas de significado configuran un "tema" y ayudan al receptor a determinar de qué habla el discurso, cuáles son los núcleos de contenidos que se agrupan en un discurso dado.
- 2 En 1973 se creó el Instituto Radiofónico Fe y Alegría en Caracas, Venezuela, cuya misión se define así: "Somos una red educativa y de comunicación, perteneciente al Movimiento de Educación Popular Integral y de Promoción Social Fe y Alegría, que mediante la generación de propuestas educativas y comunicativas, pertinentes y de calidad, se dirige a la población excluida para promover la construcción de ciudadanía y la lucha por la igualdad, la equidad y la inclusión social; en la búsqueda colectiva de un desarrollo humano integral, sustentable y justo para todos". Tiene tanto emisoras AM como FM y cuenta con importantes departamentos de prensa y noticieros diarios en ediciones matutinas, meridianas y vespertinas.

cional, 3 están relacionados con temas de economía, 1 está dentro de la clasificación de Otros y 1 es de Crimen, Violencia y Desastres. De las 7 clasificaciones de los temas de los titulares 3 no están presentes en ninguno de ellos: Ciencia y Salud, Social y Legal y Servicios Públicos.

Temas Titulares	Política y Gobierno	Economía	Otros	Crimen, Violencia y Desastres	Ciencia y Salud	Social y Legal	Servicios Públicos
Nº de Titulares	14 titulares	3 titulares	1 titular	1 titular	Ninguno	Ninguno	Ninguno
Jerarquía de temas en los titulares	Tema central y prioritario	Temas poco presentes	Tema poco presente	Tema poco presente	Tema ausente	Tema ausente	Tema ausente

El tiempo de duración de las noticias es pertinente cuando analizamos los elementos de ciudadanía en los discursos noticiosos de la radio pues representa la jerarquía e importancia que se le da a determinados temas. En el caso que estamos analizando, de las 87 noticias transmitidas en las 3 semanas de muestra, encontramos que 50 están presentadas entre 1 y 2 minutos, donde 18 son de Política y Gobierno, 4 Ciencia y Salud, 8 Social y Legal, 2 de Crimen, Violencia y Desastres, 5 de Servicios Públicos y 1 de Educación. Luego hay 25 noticias que tienen un tiempo entre 2 y 3 minutos, donde también destaca el tema de Política y Gobierno con 14 repeticiones, 1 de Economía, 4 de Ciencia y Salud, 1 de Social y Legal, 1 de Servicio Públicos, 1 de Educación y 3 son de Otros temas, mientras que 6 tienen menos de un minuto de duración y entre ellas se repite la prominencia del tema de Política y Gobierno con 3 noticias, 2 de Crimen Violencia y Desastres y 1 de Social y Legal, por último están 6 informaciones que tienen más de 3 minutos donde 4 son de Política y Gobierno, 1 de Economía y 1 de Social y Legal.

Tiempos Noticias	< 1 min	Entre 1 y 2 min	Entre 2 y 3 min	> 3 min
Nº de Noticias	6 Noticias	50 noticias	25 Noticias	4 Noticias
Jerarquía Temporal	Poco tiempo poca carga dentro del discurso	Mayor carga dentro del discurso tiempo priorizado	Menos carga en el discurso mayor tiempo	Mayor tiempo menos carga dentro del discurso
Temas	3 de Política y Gobierno, 1 de Social y Legal y 2 de Crimen, violencia y desastres	18 Política y Gobierno, 12 Economía, 4 Ciencia y Salud, 7 Social y Legal, 2 de Crimen, violencia y desastres, 5 de Servicios Públicos y 1 Educación	14 Política y Gobierno, 1 Economía, 4 Ciencia y Salud, 1 Social y Legal, 1 Servicio Públicos, 1 Educación y 3 de Otros	4 Política y Gobierno, 1 Economía y 1 Social y Legal

Cuando entramos al desarrollo de las informaciones y a profundizar en los temas presentes en los espacios noticiosos de la Red Fe y Alegría destaca nuevamente la presencia de noticias que tocan el tema de Política y Gobierno con 39 repeticiones, seguida con 14 de Economía, luego están 11 noticias de Social y Legal y 8 de Ciencia y Salud; el número de informaciones que tocan el tema de Servicio Públicos es 6 y en el caso de Crimen, violencia y desastres son 4. Dentro de la clasificación de Otros hay 3, y en Educación encontramos 2. Cultura no aparece en ninguna.

Temas Noticias	Política y Gobierno	Economía	Social y Legal	Ciencia y Salud	Servicios Públicos	Crimen, Violencia y Desastres	Otros	Educación	Cultura
Nº de Noticias	39 noticias	14 noticias	11 noticias	8 noticias	6 noticias	4 noticias	3 noticias	2 noticias	0 noticia
Jerarquía de temas	Tema central y Prioritario	Temas medianamente presentes	Temas medianamente presentes	Temas medianamente presentes	Temas medianamente presentes	Tema poco presente	Tema poco presente	Tema casi ausente	Tema ausente

Luego entramos a analizar las fuentes y sus modos de aparición, las cuales se clasifican en directas, citadas e implícitas (Mata y Scarafía, 1993). En la RNR Fe y Alegría las fuentes se presentan principalmente de manera *directa*, es decir, se escucha su audio dentro de las noticias; este modo de aparición se repite en 54 de las 87 noticias de las semanas de muestra, el modo de fuentes *citadas* se da en 25 del total de las noticias y de manera *implícita* sólo en 8 ocasiones.

Modo de Aparición Noticias	Directa	Citada	Implícita
Nº de Noticias	54 noticias	25 noticias	8 noticias
Importancia de la forma de aparición para el oyente	Alta cercanía con la fuente	Fuente medianamente cercana	Poca o nula cercanía con la fuente

La fuente es presentada en los noticieros de 3 maneras: a través de los periodistas, las agencias de noticias y el medio de comunicación. Dentro de los noticieros de la Red encontramos que de las 87 noticias registradas encontramos que en 68 la fuente es presentada por los corresponsales, en 19 por el propio conductor o conductora del noticiero en representación del medio de comunicación y no aparece en ninguna ocasión la agencia de noticias.

Periodística Noticias	Periodista	Medio de Comunicación	Agencia de Noticias
N° de Noticias	68 noticias	19 noticias	0 noticias
Dominio de la Fuente	Alto dominio de la fuente	Mediano dominio de la fuente	Nada de dominio de la fuente

Las fuentes pueden ser institucionales o personales, dentro de las institucionales existen 4 tipos: las del Estado, las Privadas, los Partidos Políticos y las Organizaciones Sociales-Populares. Cuando observamos los resultados de la muestra encontramos que el tipo de institución que más se repite es la del Estado con 58 repeticiones, seguida por Instituciones Privadas con 13 apariciones, luego con igual número de 8 los Partidos Políticos y las fuentes de tipo Personal; en el caso de las Organizaciones Sociales-Populares no aparece en ninguna ocasión como primera fuente sino como segunda en una sola noticia.

Tipo Fuente Noticias	Institucional - Estado	Institucional - Privada	Institucional - Partido Políticos	Personales	Institucional - Organizaciones Sociales Populares
N° de Noticias	58 noticias	13 noticias	8 noticias	8 noticias	1 noticias (Como segunda fuente)
Jerarquía de la Fuente	Fuente central y prioritaria	Fuente medianamente priorizada	Fuente poco priorizada	Fuente poco priorizada	Fuente nada priorizada

Uno de los elementos que le da fuerza a la fuente es la prominencia de la persona que da el testimonio o la declaración; este ítem, al igual que el anterior, se divide en institucionales y personales. En el primer tipo pueden ser dirigentes o integrantes y en el caso de las personales, lleva el mismo nombre. En las noticias de la RNR Fe y Alegría encontramos que en 65 ocasiones la fuente que aparece es dirigente de una institución, que puede ser del Estado, Privadas o Partidos Políticos; en 15 veces se trata de integrantes y por último aparece las Personales con 7 veces. Cabe resaltar que en 2 ocasiones la fuente no tiene tipo y es porque se trata de titulares.

Tipo de prominencia Noticias	Institucional - Dirigente	Institucional - Integrante	Personales
N° de Noticias	65 noticias	15 noticias	7 noticias
Dominio de la Fuente	Alta Prominencia de la Fuente	Mediana Prominencia de la fuente	Poca prominencia de la Fuente

Las informaciones que no cambian en el tiempo se definen como intemporales, pero también existen las que, por el contrario, cambian rápidamente a medida que pasan los minutos, tal es el caso de las noticias informativas que en un alto porcentaje no se mantienen en el tiempo, por eso no resulta extraño que dentro de los noticieros de la Red Fe y Alegría del total de noticias que son 87, 81 sean temporales y solo 6 sean intemporales.

Noticias \ Temporalidad	Temporal	Intemporal
Nº de Noticias	65 noticias	15 noticias
Contexto	Bajo Contexto	Alto Contexto

2. Análisis de las visiones que propone el discurso de la radio desde la historicidad, los roles y los atributos

Por otra parte, existe un elemento importante a analizar dentro de los discursos noticiosos y es el de la Historicidad, la cual está relacionada con la visión histórica que un discurso propone (Mata y Scarafía, 1993); estas visiones pueden ser presentistas o referidas al presente, retrospectivas, prospectivas o diacrónicas. Cuando analizamos estas visiones en los discursos noticiosos de la RNR Fe y Alegría encontramos que 86 noticias tienen una visión presentista y sólo 1 plantea el discurso desde una visión retrospectiva; en ninguna de las ocasiones se utiliza una visión prospectiva, es decir, que hable de los efectos de esa noticia en el futuro, y tampoco plantea un discurso que tome elementos del pasado, presente y futuro al mismo tiempo.

Noticias \ Historicidad	Presentista	Retrospectiva	Prospectiva	Diacrónica
Nº de Noticias	86 noticias	1 noticia	0 noticias	0 noticias
Contexto	Contexto Ausente	Mediano Contexto	Mediano Contexto	Alto Contexto

Al detallar las características de los actores presentes en las noticias de la Red, lo primero que analizamos fueron los Roles Sociales, los cuales representan aquellas actividades y comportamientos que están ligadas a la posición que ocupan los sujetos en la sociedad. En esta investigación determinamos que serían 44 los Roles Sociales o actividades que podrían realizar los actores dentro de los discursos de la muestra. En el caso analizado, de las 87 noticias encontramos que en 15 los roles sociales están relacionados con la condición de presidente, gerente, coordinador o director de una institución del Estado;

en segundo lugar se encuentra el Rol Social de ciudadano, con 11 repeticiones, y en tercer lugar el Rol de Político en 7 ocasiones. Luego aparecen 6 noticias donde el Rol Social está relacionado con la condición de presidente, gerente, coordinador o director de una institución privada. Para cerrar el análisis de los Roles Sociales que aparecen en las noticias de la muestra no podemos dejar a un lado 3 Roles Sociales que tienen algunas similitudes entre sí como es el caso del Rol Social de presidente, vicepresidente de asamblea nacional o presidente de una comisión de la asamblea nacional que se repite en 5 ocasiones, al igual que el Rol de ser parlamentario magistrado o diputado de la asamblea nacional, y por último, un Rol que también se repite 5 veces es el presidente o vicepresidente de la república. Las 35 noticias restantes están repartidas entre los otros Roles Sociales establecidos para esta investigación.

Rol Social	Presidente, gerente, coordinador o director de una institución del Estado	Ciudadano	Político	Presidente, gerente, coordinador o director de una institución privada	Presidente Vicepresidente de Asamblea Nacional o Presidente de una Comisión de la Asamblea Nacional	Parlamentario Magistrado o Diputado de la Asamblea Nacional.	Presidente o vicepresidente de la República	Otros
Noticias	15 noticias	11 noticias	7 noticias	6 noticias	5 noticias	5 noticias	3 noticias	35 noticias
Nº de Noticias	15 noticias	11 noticias	7 noticias	6 noticias	5 noticias	5 noticias	3 noticias	35 noticias
Jerarquía de Roles	Rol prioritario	Rol medianamente presente	Rol medianamente presente	Rol medianamente presente	Rol poco presente	Rol poco presente	Rol poco presente	Roles casi ausente (Cada Rol tiene entre 1 y 2 noticias)

Otro elemento a analizar en los actores que están presentes en las noticias de la RNR Fe y Alegría es el sexo. Los actores masculinos tienen mayor presencia con una repetición de 62 frente a 9 que son femeninas. En 12 noticias no hay datos sobre si se trata de hombres o mujeres.

Sexo	Masculino	Femenino	Sin Dato
Nº de Noticias	62 noticias	9 noticia	12 noticias
Contexto	Sexo Central y Priorizado	Sexo Poco Presente	Sexo Sin Dato

Cuando profundizamos en los elementos de ciudadanía encontramos que varios autores plantean la importancia de que exista igualdad entre los actores dentro de los discursos (Dávila, 2003; Alfaro, 1999). En el caso de la Red encontramos que de las 87 noticias, en 80 el actor principal es un adulto, sólo en una noticia el joven es el actor principal. Además, en este ítem, en 15 noticias el adulto también aparece como actor secundario. El niño y el anciano no aparecen en ninguna noticia y en 6 noticias no aparece el dato de la edad de los actores que participan.

Noticias \ Edad	Adulto	Joven	Niño	Anciano	Sin Dato
Nº de Noticias	80 noticias	1 noticia	0 noticias	0 noticias	6 noticias
Contexto	Edad Central y Priorizada	Edad Poco Presente	Edad Ausente	Edad Ausente	Edad sin Dato

Los actores al momento de dar declaraciones lo pueden hacer de manera individual o colectiva. Cuando identificamos este elemento dentro de las noticias de la RNR Fe y Alegría encontramos que en 76 ocasiones los actores hablaron de manera colectiva y en 11 de manera individual.

Noticias \ Atributo	Colectivo	Individual	Sin Dato
Nº de Noticias	76 noticias	11 noticia	0 noticias
Relevancia de la fuente	Atributo Central y Priorizado	Atributo Poco Presente	Atributo Ausente

En este punto del análisis, queremos determinar dentro de los actores presentes en las noticias de la muestra los roles actanciales (Greimas, 1979) que cumplen, es decir, la relación que establecen los actores del relato o noticia, lo que permitirá más adelante, definir los modelos del relato o estructuras de acción de los actores. De las 87 noticias en 66 se da una relación de Destinador y Sujeto de Hacer, es decir en estos casos el actor principal da o impone valores, acciones y/o bienes a otros y además asume una actividad o acción encaminada a generar transformaciones en su propio estado o en el de otros. Mientras que en 21 ocasiones el actor tiene un Rol Actancial de Destinatario y Sujeto de estado, es decir, que en estas noticias este actor recibe valores, acciones o bienes y luego de concluida esta acción el sujeto se mantiene en el mismo estado y no ha existido ningún tipo de transformación dentro de él.

Noticias \ Rol Actancial	Destinador y Sujeto de Hacer	Destinatario y Sujeto de Estado	Destinador y Sujeto de Estado	Destinatario y Sujeto de Hacer
Nº de Noticias	66 noticias	21 noticias	0 noticias	0 noticia
Prioridad de Roles Actanciales	Rol Actancial Central y Priorizado	Rol Actancial medianamente Priorizado	Rol Actancial Ausente	Rol Actancial Ausente

3. Las apelaciones del emisor sobre el destinatario: de las estrategias de mediación a las de persuasión

Para analizar la relación explícita entre el emisor y los destinatarios identificamos las formas como el conductor de la Red Fe y Alegría nombra y se dirige a los oyentes. Una de esas formas, repetida en el cien por ciento de los noticieros, es la presencia directa del Destinatario, a través de apelaciones, las cuales pueden ser generales, personal o en preguntas; en ninguno de los casos es de manera indirecta a través de la homologación.

En el caso de las apelaciones personales se repite la palabra "amigo", en los saludos realizados en el inicio de los noticieros. Un ejemplo de apelación personal se da en la presentación, cuando el conductor saluda: "Muy buenos días a todos nuestros amigos que nos escuchan..." (*En Caliente*, 16/05/05). Cuando se trata de las apelaciones generales se expresa principalmente a través de los nombres de las ciudades desde donde llega la información, tal es el caso cuando la conductora dice "... desde la población fronteriza de Machiques de Perijá, en el Estado Zulia" (*En la Mira*, 24/05/05).

Destinatario	Apelaciones Generales	Apelaciones Personales Singular	Apelaciones Personales Plural	Preguntas	Referencias	Calificativos	Indirecta Homologación
Noticias							
Ejemplos	Nombres de las ciudades	Ninguna	Amigos	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna
Presencia del Destinatario	Expresión general que no tienen tanto peso		Expresión de Cercanía que aparece en todas las noticias				

Para lograr identificar si existe una mediación simbólica o pragmática entre los actores del discurso es importante determinar cómo es la presencia explícita del enunciador. La primera forma de aparición es a través de los nombres de los periodistas y también se da nombrando al medio. En el caso de la Red que estamos analizando, en la presentación la conductora nombra de manera general a las emisoras "...todas las emisoras de la red de radios Fe y Alegría", luego nombra a cada uno de los integrantes del equipo de trabajo: "Trabajaremos en la coordinación de la Red Informativa Nacional Javier Barrios, al control César Dovale, en la asistencia de producción Yairín Torres y en la producción y narración de este espacio, quien les habla Sighy Briceño" (*En la Mira*, 23/05/05). Por otro lado, también se utilizan, aunque en menor número, los pronombres como "nuestra compañera...", "nosotros nos encontramos...", "les informé..."; y en el caso de los verbos se repiten "iniciamos, continuamos, regresamos".

Enunciador	Nombres	Pronombres Singulares	Pronombres Plurales	Verbos Singular	Verbos Plural	Léxico Subjetivo	Juicios Sentencias
Noticias							
Ejemplos	Nombres de Periodistas e integrantes del equipo	Ninguna	Nuestra compañera, nosotros nos encontramos	Ninguna	Iniciamos, continuamos, regresamos	Ninguna	Ninguna
Presencia del Destinatario	Alta presencia general del enunciador		Expresión de cercanía y unidad		Verbos propios del lenguaje periodístico, que evidencia presencia del enunciador		

No podemos dejar de lado la presencia implícita del enunciador, lo que se puede dar a través de una serie de estrategias de posicionamiento. Entre ellas están los modos de presentación, los cuales pueden ser Descriptiva, Denuncia y la Propuesta. El tipo que destaca en la RNR Fe y Alegría es la Descriptiva, mientras que la Denuncia sólo aparece en 4 noticias del total de la muestra, tanto en la voz del conductor como de la fuente; mientras que el modo de presentación de propuesta no aparece en ninguno de los enunciados.

Estrategias de Posicionamiento	Modos de Presentación Descriptiva Enunciador	Modos de Presentación Descriptiva Fuente	Modos de Presentación Denuncia Enunciador	Modos de Presentación Denuncia Fuente	Modos de Presentación Propuesta Enunciador	Modos de Presentación Propuesta Fuente
	Alta presencia	Alta presencia	Poca presencia	Poca presencia	Modo Ausente	Modo Ausente
Presencia del Enunciador	En la redacción de las noticias. Permite distanciamiento y menos compromiso	Al momento de presentar los audio o testimonios				

Otra estrategia de posicionamiento utilizada por los medios es la Función Mediadora, la cual puede ser simbólica o pragmática. El primer tipo se da cuando el enunciador cede un lugar para la participación directa o indirecta de otros enunciadores (oyentes, fuentes) en su propio discurso; el segundo caso se da cuando el enunciador radiofónico asume un rol de puente o canal a través del cual otros sujetos se relacionan (Mata y Scarafía, 1993). Dentro de los enunciadores de la muestra esta función se da de manera simbólica cuando las fuentes aparecen de manera directa en los reportes de los periodistas, o en notas con audio realizadas desde los estudios centrales; en un cien por ciento es de manera editada pues el tiempo de los noticieros así lo amerita. En el caso de la función mediadora pragmática no se da en ninguno de los casos, pues el enun-

ciador radiofónico nunca asume un rol de puente o canal para que sujetos interactúen de manera directa, ni tampoco actúa como gestor de acciones prácticas. La función mediadora está íntimamente ligada a la actitud del enunciador ante los conflictos, consensos y los temas relevantes. En un alto porcentaje de las 87 noticias la red analizada no toma ninguna actitud ante estos temas, lo que podría asociarse a lo denominado dentro del periodismo como la *imparcialidad informativa*; en solo 5 ocasiones el enunciador condena situaciones como la inasistencia de representantes del gobierno a una movilización campesina, la situación que viven los habitantes de Tucupita con el problema de las lluvias, el mal servicio de electricidad en Ciudad Guayana, los huecos en las carreteras de comunidades indígenas del estado Amazonas y la no construcción de aceras y brocales en la comunidad de Valle Lindo del estado Amazonas.

Estrategias de Posicionamiento	Función Mediadora Simbólica	Función Mediadora Pragmática	Actitud Ante el Conflicto	Actitud Ante el Consenso	Actitud Ante temas relevantes
	Función central y prioritaria	Función Ausente	Poca presencia	Modo Ausente	Modo Ausente
Presencia del Enunciador	Presencia de audios y testimonios		En 5 noticias el medio condena los conflictos		
Temas			- La Inasistencia de representantes del gobierno a una movilización campesina. - La situación que viven los habitantes de Tucupita con el problema de las lluvias. - El mal servicio de electricidad en Ciudad Guayana. - Los huecos en las carreteras de comunidades indígenas del estado Amazonas. - La no construcción de aceras y brocales en la comunidad de Valle Lindo del Estado Amazonas.		

Para profundizar el análisis examinamos las estrategias de persuasión, las cuales buscan convencer al oyente sobre las ideas, opiniones e informaciones que se están ofreciendo a través de los discursos emitidos en los noticieros. Dentro de esta investigación planteamos cuatro estrategias que pueden ser utilizadas por el enunciador: la amenaza, el temor o autoritarismo, la seducción y la utilización de argumentos. En esta Red que estamos analizando ni el enunciador principal, que sería el conductor del noticiero, ni los reporteros de calle, ni las fuentes utilizan la amenaza para convencer a los oyentes, ni tampoco aparece de manera explícita algún elemento que pueda denotar la presencia de la estrategia de temor o autoritarismo, al igual que la estrategia de seducción. Al identificar la utilización de argumentos durante toda la muestra de 3 semanas nos encontramos que en sólo 2 noticias de las 87 se utiliza esta última estrategia; uno de los ejemplos se plantea de la siguiente forma:

“...la ayuda no ha llegado a este sector, muy a pesar que el ciudadano gobernador ha pasado más de una vez por Valle Lindo haciendo campaña y prometiendo. *Promesas que se han quedado a medias ya que nada más ha entregado unas viviendas del sistema de autoconstrucción, las cuales no cuentan con el servicio de aguas negras, calles ni aceras.* El llamado es nuevamente a las autoridades tanto ejecutivas como municipales de la región para que le solventen esta situación de una vez por toda a estos vecinos que reclaman su derecho de vivir en condiciones óptimas” (En la mira 27-05-05/Puerto Ayacucho).

En este ejemplo, el argumento lo ofrece la reportera de calle, quien no recurre a ninguna fuente sino que se basa en su experiencia y conocimiento de la situación. En el segundo ejemplo que encontramos, el reportero apela a la fuente para presentar sus argumentos:

“...‘Zamora toma Caracas’, según los campesinos, tiene como objetivo fundamental mostrarle al presidente Hugo Chávez la situación que vive el campesinado de estas alejadas zonas del país, ya que no se están sintiendo los efectos de los programas de gobierno nacional. *Los campesinos altoapureños argumentan que le están mintiendo al presidente aquellos que le dicen que ellos están recibiendo los beneficios y eso no está sucediendo de esa manera*” (En Caliente, 30-05-05/, Guasdalito).

Estra. de Persuación	Amenaza	El temor o autoritarismo	La seducción	La utilización de argumentos
Noticias				
Número de Noticias	0 noticias	0 noticias	0 noticias	2 noticias
Acciones del enunciador	Estrategia Ausente	Estrategia Ausente	Estrategia Ausente	Estrategia poco presente

Luego buscamos identificar si dentro del discurso de los noticieros de la RNR Fe y Alegría se observa de manera explícita la utilización de estrategias de legitimación y verosimilización, las cuales se dan cuando el enunciador desarrolla procedimientos encaminados a demostrar al oyente su capacidad como enunciador y sentar bases para hacer creíble su discurso. Entre las estrategias para lograr este efecto en los receptores se utiliza la *legitimación del emisor radiofónico*, situación que se da en 9 noticias de las 87 recogidas en las 3 semanas de muestra; en estos casos se apela a la presencia del reportero en el lugar de los acontecimientos: “Nosotros estamos aquí desde la ciudad de Maracaibo *viendo el cielo que está nublado a esta hora hay lluvia en la costa oriental del lago...*” (En caliente, 16-05-05/, Maracaibo). Cabe destacar que en estos discursos el reportero habla siempre en primera persona, ya sea en singular o en plural. Otra manera que utiliza el medio para legitimarse es a través de adjetivos calificativos positivos sobre la calidad y excelencia de los reporteros y reporteras:

“...y sobre todo esta noche vamos a tener una tertulia sobre periodismo de investigación para que nuestros corresponsales tengan mejores herramientas; pero aquí tengo a Carmen Aragua, *periodista comunicadora líder en Raudal Estereo en el Estado Amazonas, para consultarle cómo se ha sentido en este encuentro y hasta ahora los nuevos elementos que ha aprendido*” (En Caliente, 31-05-05/Caracas).

También se da esta legitimación destacando virtudes de las radios pertenecientes a la Red de Fe y Alegría: “...y esta cobertura total de Radio Fe y Alegría 105.5 que se está haciendo líder... líder en noticias allí en toda la Sierra de Perijá es una emisora satelital” (En caliente, 18-05-05/, Oficina Nacional).

La validación de las fuentes es otra estrategia que utiliza el medio para legitimar al enunciador. En el caso de la RNR Fe y Alegría es la estrategia que privilegia pues se repite en 53 de las 87 noticias de la muestra. La forma que aplica el enunciador al momento de presentar la fuente es dar su nombre y el cargo que ocupa o a la institución que representa la cual puede ser política o ciudadana: “...Joel Salas, *comisionado de frontera del Estado Zulia y coordinador de la Secretaría Técnica Regional, habla de las ventajas de esta organización...*” (En la mira, 24-05-05, /Machiques).

Unas líneas atrás decíamos que los medios utilizan estrategias de legitimación y validación con dos objetivos principales: reforzar su función de enunciador y demostrarle a los oyentes que las informaciones presentadas son verdaderas; una manera de hacer esta última acción es a través de los *procesos veredictorios*, los cuales presentan las dos caras de la misma moneda. La Red de Fe y Alegría utiliza este recurso en sólo dos ocasiones y en ambas no recurre a audios o testimonios sino que el propio reportero hace mención de la fuente:

“...El Director Regional de Protección Civil, Hernán Bracho, dijo que se estaban realizando las labores de achicamiento y que también se venía realizando la limpieza de las cañadas, *sin embargo* los vecinos dicen que esto *NO Basta* (Refuerzo con al locución), que hay que buscar una solución que va más allá de la limpieza de las cañadas porque las fuertes lluvias que continuamente caen en la temporada lluvias rebasan las cañadas e inundan las comunidades ...” (En caliente, 16-05-05/ Maracaibo).

Estra. de Persuasión Noticias	Legitimación del emisor radiofónico	Validación de las fuentes	Los procesos veredictorios
Número de Noticias	9 noticias	53 noticias	2 noticias
Acciones del enunciador	Estrategia poco presente	Estrategia central y prioritaria	Estrategia Ausente (Relacionado con la búsqueda de la verdad)

Una de las preocupaciones de los enunciadores radiofónicos es la eficacia de sus discursos al momento de llegar a los oyentes. Según nos explican Mata y Scarafía (1993), esta eficacia depende de la expresión, es decir, de la forma sonora y verbal que sostiene y que constituye el soporte principal del vínculo con el oyente. El emisor radiofónico apela a los diversos recursos propios de los códigos que emplea: el lingüístico, el musical y los efectos sonoros. De estos tres códigos, en nuestra investigación sólo identificamos dentro de los discursos radiofónicos, aquellos recursos relacionados con lo lingüístico pues consideramos que lo musical y sonoro, aunque también buscan hacer eficaces y agradables los mensajes, lo hacen en menor medida que lo lingüístico. Aunque los recursos lingüísticos se pueden clasificar de varias maneras, en esta investigación los dividimos en tres tipos: utilización del lenguaje popular, lenguaje concreto y lenguaje emotivo. Dentro del *lenguaje popular* incluimos todos los refranes, dichos y jergas que se utilizan en el discurso radiofónico.

Al analizar los mensajes expresados en la RNR de Fe y Alegría encontramos que en 4 ocasiones el enunciador utiliza el lenguaje popular: "...se quedaron con la palabra en la boca..." (*En caliente*, 16-05-05/, Guasdalito). El *lenguaje concreto* consiste en el uso de formas expresivas que operan a nivel semántico, que buscan que los contenidos sean fácilmente perceptibles por los oyentes. La Red Nacional de Radio Fe y Alegría lo utiliza en una sola noticia: "...los habitantes han pensando que en vez de comprarse un carro sería mejor una curiara para poder salir de sus casas hasta la parada más cercana para agarrar el transporte..." (*En la Mira*, 27-05-05/, Puerto Ayacucho). El *lenguaje emotivo* trata de impresionar a través de los sentimientos, dentro de este grupo se incluyen los diminutivos y aumentativos, además de las expresiones afectivas y despectivas donde se toma en cuenta la locución del enunciador. Esta estrategia está presente en 3 noticias de la muestra:

"...la comisión que viajaría desde Caracas a escuchar y a dar soluciones a los problemas del sector agrario NO LLEGARON (Énfasis con la locución). Frustrados e indignados los campesinos del Alto Apure, de Barinas y también de Mérida tomaron nuevamente sus documentos, planteamientos se los metieron debajo del brazo y se fueron nuevamente a sus asentamientos campesinos a esperar que las autoridades del ejecutivo nacional ALGÚN DÍA (Énfasis con la locución) se movilicen desde Caracas a conocer sus realidades..." (*En caliente*, 16-05-05/, Guasdalito).

Estra. Expresivas	Lenguaje popular	Lenguaje concreto	Lenguaje emotivo
Noticias			
Número de Noticias	4 noticias	1 noticia	3 noticias
Acciones del enunciador	Estrategia poco presente	Estrategia Ausente	Estrategia poco presente

4. Lo educativo en el discurso de la Red Nacional de Radio Fe y Alegría

Dentro de los conceptos que definen la construcción de ciudadanía está el componente educativo, el cual pretende generar a larga el empoderamiento de los ciudadanos y ciudadanas: incorporar su participación en un sentido amplio, no excluyente, donde los ciudadanos obtengan el poder de las decisiones del bien común como un elemento promotor del cambio social. El planteamiento central de la acción y la participación no parte de los individuos con sus reclamos y respuestas individuales sino de las familias y las comunidades. Con las estrategias educativas el enunciador pretende incidir en el interlocutor, tanto en sus competencias intelectuales como en sus prácticas. Estos procedimientos pueden darse desde el *punto de vista cognitivo o informativo*, visto el primero como la construcción de conocimiento y el segundo como la transmisión de conocimiento (Mata y Scarafía, 1993). Los *cognitivos* los tipificamos como: *contextualización, explicación e historización*; y los *informativos* como: *conocimientos generales, conocimientos especializados y experiencias*. En el discurso noticioso de la RNR Fe y Alegría encontramos que los procedimientos cognitivos, entre ellos la *contextualización*, están presentes en 3 de las 87 noticias realizadas en las tres semanas de muestra. A través del formato de la entrevista corta, el enunciador busca profundizar sobre el tema que se está presentando: uno de los casos es la elección del consejo de responsabilidad social y las comisiones de programación de radio y televisión, donde la conductora conversa con el representante del consejo de responsabilidad, Ramón Domingo Valdez, y en la entrevista ambos contextualizan: la entrevistadora (Enunciador) y el entrevistado (fuente) (*En la mira*, 23-05-05/, Oficina Nacional). Luego encontramos los casos donde se utiliza el procedimiento de *explicación*, el cual se da en 4 noticias de la muestra. Uno de los ejemplos está relacionado con la situación del servicio eléctrico en la comunidad de Atabapo, donde observamos que durante la explicación el enunciador, además de dar datos, incluye una reflexión con carga de opinión: "...Atabapo lleva 8 días sin el servicio eléctrico, el problema es que la planta eléctrica se dañó; el jefe de este servicio en Atabapo, Humberto Miranda, le manifestó a la población que la planta está muy deteriorada y que será hasta el mes de junio que se pueda solventar este problema, pero cabe destacar que en la entidad hay unas residencias del personal de Elecentro los cuales tienen una planta particular, mientras éstos duermen con aire acondicionado y tienen agua, los atabapeños se tienen que conformar con un abanico y sacar agua del río... Siempre que se daña una planta eléctrica reponen una pero que está peor todavía porque compran son puras plantas ya usadas" (*En la mira*, 24-05-05/, Puerto Ayacucho).

Por último, entramos en el procedimiento de *Historización*, el cual consiste en acotar temporalmente las referencias del discurso, relacionando he-

chos ocurridos en diferentes etapas o momentos de un mismo hecho (Mata y Scarafía, 1993: 125). Esto está muy relacionado con las visiones utilizadas en el discurso como la retrospectiva, prospectiva y/o diacrónica. El enunciador de la RNR Fe y Alegría utiliza este procedimiento en 2 ocasiones, en ambos casos está relacionado con el tema de gobierno y política:

“...el vicepresidente venezolano, José Vicente Rangel, recordó en la Habana la participación de militantes anti castristas en actos represivos y de terrorismo en el pasado...Vamos a escuchar parte del recuento que hizo en su intervención el vicepresidente José Vicente Rangel...” (Incluye audio) (El enunciador da indicios que las declaraciones van a girar en torno a acciones del pasado - La fuente habla de acciones del pasado). (*En Caliente*, 03-06-05/*Puerto Ayacucho*).

Estra. Educativas	Contextualización	Explicación	Historización
Noticias			
Número de Noticias	3 noticias	4 noticia	2 noticias
Acciones del enunciador	Estrategia poco presente	Estrategia poco presente	Estrategia poco presente

Dentro de las estrategias educativas incluimos los procedimientos informativos, los cuales están divididos en *conocimientos generales*, *conocimientos especializados* y *experiencias*. Al analizar los informativos de la RNR Fe y Alegría, determinamos que dada la característica de los noticieros en cuanto a la utilización de los formatos cortos y los tiempos dedicados a ellos, no es viable desarrollar estos procedimientos por lo que no los encontramos en ninguna de las enunciaciones de la muestra de tres semanas.

Por último, ubicamos los *recursos didácticos* utilizados por el enunciador, los cuales también buscan reforzar el mensaje expresado y permitir al oyente recordar parte de lo dicho. Este recurso es utilizado por la Red de 3 maneras, la primera, a través de la *presencia de los titulares* en los noticieros de la mañana y la tarde; la segunda forma se da utilizando *preguntas* que buscan aclarar términos o temas importantes:

“¿Y sabe usted qué se está haciendo en el país para disminuir la pobreza, conoce también qué son las economías solidarias; en definitiva, cree usted que la pobreza se puede erradicar en Venezuela? Nuestro compañero Carlos Luis Barrios nos habla acerca de economía solidaria en el siguiente reportaje vamos a escucharlo a ver de que se trata esta situación...” (Incluye Audio) (*En la Mira*, 25-05-05/*Oficina Nacional*).

Y la tercera a través de cierres de la noticia que incluyen *recapitulaciones* y *síntesis*:

“...eran las palabras de José Sarmiento director general del instituto municipal de transporte urbano de la ciudad de Maracaibo donde manifestaba que tanto la gobernación del Estado Zulia como la Alcaldía del municipio Maracaibo debería unir fuerzas para tratar de respaldar y hacer más fuerte el trabajo en contra de la inseguridad” (Incluye audio) (En la Mira, 26-05-05/Maracaibo).

5. Diferencias y semejanzas entre el discurso político, el práctico y su discurso noticioso

En esta parte de la investigación pretendemos establecer cuáles son las diferencias y semejanzas entre la política informativa de las radios seleccionadas, es decir, su discurso político, y los mensajes emitidos en las emisiones de los noticieros, los cuales conforman el discurso noticioso. Para determinar lo primero, nos hemos basado en manuales, artículos, papeles de trabajo y páginas Web de la red. Además, para obtener y definir elementos que no estaban presentes en los materiales escritos realizamos una entrevista a los jefes informativos de la red, obteniendo así lo que denominamos el discurso práctico.

En el caso de la RNR Fe y Alegría nos basamos principalmente en su *Manual de Política Informativa*, el cual fue elaborado en 2004 y está dividido en tres partes: El eje informativo, la red nacional y la ética y la publicidad en la RNR Fe y Alegría. También realizamos una entrevista a Javier Barrios, Coordinador de la Oficina Nacional de Fe y Alegría de donde surgió el discurso práctico.

El primer elemento que determinamos desde el discurso político fue su *público meta* en cuanto a su edad, sexo, estrato socio-económico y niveles de instrucción. Al analizar estos aspectos dentro del manual mencionado encontramos que priorizan los adultos y jóvenes contemporáneos entre 20 y 35 años de edad, tanto hombres como mujeres, pero prestando atención especial a estas últimas. Dentro del estrato socio-económico están incluidas personas pobres, excluidas y discriminadas, que sean además bachilleres y universitarios. Luego nos remitimos a los resultados de estos aspectos dentro del discurso práctico, obtenidos de la entrevista con Javier Barrios, quien da otros elementos que complementan los señalados anteriormente en el discurso político. En el primer aspecto, el etario, el entrevistado nos da un rango más amplio, entre 15 y 60 años de edad; dentro del segundo, Barrios afirma que la RNR Fe y Alegría prioriza a las mujeres frente a los hombres y agrega que los estratos socio-económicos C, D y E son los que tienen mayor énfasis en los discursos noticiosos realizados por la red; finalmente, al detallar el nivel de instrucción, destaca que está formado principalmente por analfabetos generales, analfabetos funcionales y personas que tengan la primaria completa y el bachillerato completo. En este último punto el entrevistado excluye a los universitarios.

Si vamos a los resultados obtenidos en el análisis de los discursos noticiosos de la RNR Fe y Alegría encontramos que la edad que más destaca es la de adultos, con 80 repeticiones de 87 noticias, el joven aparece en una sola ocasión, los niños y ancianos en ninguna información.

Edad	Fuente	Discurso Político	Discurso Práctico	Discurso Noticioso
Dato		Adulto 20-35 años	Joven – Adulto 15 – 60 años	Adulto 25-50 años
Característica		Esta presente en los discursos	Ausencia del joven en los discursos	Se sale del rango de la política escrita pero está dentro de lo afirmado por el entrevistado

Al analizar el componente de género priorizado en los discursos de la RNR Fe y Alegría que según su discurso político deberían ser tanto hombres como mujeres, con especial atención a las mujeres, vemos que en la entrevista al coordinador de la Oficina Nacional de la red, queda claro que la prioridad son las mujeres; y finalmente, cuando nos remitimos a los discursos noticiosos nos encontramos que de las 87 noticias de la muestra 62 son hombres frente a 9 mujeres y en 12 noticias no hay datos. Si bien el público meta no tiene que estar presente de manera explícita en el 100 por ciento de los discursos noticiosos transmitidos, desde el punto de vista ciudadano sí debería ser así, pues, tal como plantea Dávila (2003), la relación igualitaria entre los pares de una sociedad resulta importante al momento de defender sus derechos, todo individuo tiene derecho a ser escuchado y escuchar, a ser respetado y respetar.

Sexo	Fuente	Discurso Político	Discurso Práctico	Discurso Noticioso
Dato		Hombres – Mujeres	Mujeres	Hombres (62) Mujeres (9)
Característica		Da indicios de paridad lo que no se cumple en los discursos	Da indicios de prioridad y no se da en los discursos	Se sale del rango de la política escrita y de lo dicho por el entrevistado

El tercer elemento a comparar es el estrato socio-económico en el cual, de acuerdo con el discurso político, se prioriza a personas pobres, excluidas y discriminadas, lo que concuerda con lo afirmado por el entrevistado, quien aseguró que se privilegia a los sectores C, D y E. Una de las formas de incluirlos en los discursos sería tratar temas y noticias desde la cotidianidad de la gente; sin embargo, en los discursos de la RNR Fe y Alegría destacan las fuentes ligadas a instituciones del Estado o privadas, partidos políticos y personas aisladas, mientras que las organizaciones populares y sociales no están presentes en ninguna noticia.

Fuente Estrato Social	Discurso Político	Discurso Práctico	Discurso Noticioso
Dato	Pobres, excluidas y discriminadas	Sectores C, D y E	Instituciones del Estado o privadas, partidos políticos y personas
Característica	Opta sólo por este sector	Se complementa con lo escrito en la Política Informativa	Se sale del rango de la política escrita y de los dicho por el entrevistado

Finalmente, entramos a los niveles de instrucción del *público meta* que, según plantea el discurso político, está constituido por personas que son bachilleres y/o universitarios, mientras que el coordinador de la Oficina Nacional de la RNR Fe y Alegría amplía el rango e incluye otros elementos como los analfabetos generales y analfabetos funcionales y las personas que tengan la primaria completa y el bachillerato completo. Este elemento no está explícito en los discursos pero un dato que puede contribuir para analizar esta característica sería la prominencia de la fuente –de 87 noticias en 65 ocasiones se trata de dirigentes de instituciones que pueden ser del Estado, Privadas o Partidos Políticos y en 15 veces se trata de integrantes; además, las informaciones tienen en su mayoría una visión presentista, lo que representa un contexto ausente, información importante al momento de explicar términos y temas, lo que se corresponde con la política escrita que plantea la prioridad de personas bachilleres y en algunos casos universitarios.

Fuente Nivel de Instrucción	Discurso Político	Discurso Práctico	Discurso Noticioso
Dato	Bachilleres y/o universitarios	Analfabetos generales y analfabetos funcionales y las personas que tengan la primaria completa y el bachillerato completo	Prioridad de dirigentes de instituciones que pueden ser del Estado, Privadas o Partidos Políticos. Ausencia de contexto
Característica	Opta sólo por este sector	Se complementa con lo escrito en la Política Informativa	Esta acorde con la política informativa

Existen tres modos de presentar las informaciones en los noticieros: a través de la descripción, la denuncia o como propuesta. Dentro del discurso político de la RNR Fe y Alegría estos elementos no están planteados; en el caso del discurso práctico se prioriza la descripción y la denuncia, mientras que la propuesta se utiliza en pocas ocasiones, según la información suministrada por el coordinador de la Oficina Nacional. Cuando analizamos el discurso noticioso, encontramos que cada uno de los elementos expuestos anteriormente

se divide en dos, es decir, se presentan dos tipos de descripciones, la realizada por el enunciador y la realizada por la fuente, al igual que la denuncia y la propuesta. Cuando nos remitimos al número de repeticiones, vemos que la que aparece con mayor frecuencia es la descripción con 83 informaciones, tanto del enunciador como de la fuente; la denuncia sólo es utilizada en 4 noticias y la propuesta en ninguna de ellas.

Modos de presentación	Fuente	Discurso Político	Discurso Práctico	Discurso Noticioso
Dato	No están presentes	- Prioriza Descripción y Denuncia - Propuesta en pocos casos	- 93 descriptiva (enunciador y fuente) - 4 denuncia (enunciador y fuente) - Propuesta en ningún caso	
Característica	No está presente	Los 2 primeros priorizados	Refuerza lo planteado en el discurso práctico	

Otro elemento a comparar entre los discursos presentes en la RNR Fe y Alegría, es la actitud del enunciador frente a los conflictos, consensos y temas relevantes. Primero entramos en lo político donde hallamos que el medio no toma ninguna acción ante estas situaciones, excepto cuando ellas afecten a la mayoría. Dentro del discurso práctico también se plantea que no existirá ningún actividad ante los conflictos pero si cuando se presenten consensos y además se prioricen temas que estén afectando los intereses colectivos, como violación de derechos humanos, en estos casos la Red se ponen del lado de quien recibe la acción negativa como indígenas, campesinos, obreros, niños, niñas, jóvenes y ancianos. Al analizar el discurso noticioso encontramos que hay poca acción frente a los conflictos y consensos, lo que se observó solo en 5 noticias, como ya se dijo antes.

Conclusiones

Al examinar el modelo de construcción de ciudadanía la RNR Fe y Alegría, las formas como elaboran su discurso radiofónico, y al establecer las diferencias y semejanzas entre su política informativa y los discursos noticiosos, concluimos que:

1. En el discurso noticioso encontramos que su modelo de construir ciudadanía está enmarcado dentro de un periodismo liberal, que le otorga prioridad a la noticia como base del proceso comunicacional, acompañada de los géneros y formatos periodísticos tradicionales, que son más descriptivos que narrativos.

Fuente	Discurso Político	Discurso Práctico	Discurso Noticioso
Actitud ante conflicto, consensos y temas relevantes			
Dato	El medio no toma actitud ante conflictos y consenso solo cuando afecten a la mayoría	- No se toma actitud ante los conflictos - Se tomará algunas acciones antes los consensos - Se priorizarán temas que estén afectando los intereses colectivos y sectores indígenas, campesinos, obreros, niño, niñas, jóvenes y ancianos	- Poca presencia en los conflictos (5 noticias) - Ausencia de acción ante los consensos - Temas priorizados: a) inasistencia de representantes del gobierno a una movilización campesina, b) la situación que viven los habitantes de Tucupita con el problema de las lluvias, c) el mal servicio de electricidad en Ciudad Guayana, d) los huecos en las carreteras de comunidades indígenas del estado Amazonas y e) la no construcción de aceras y brocales en la comunidad de Valle Lindo del Estado Amazonas.
Característica	Ninguna acción solo cuando afecte a la mayoría	Refuerza lo planteado en el discurso político	Similitud con lo planteado en el discurso político y práctico

2. La agenda del medio obedece a estrategias internas para colocar temas de interés en la agenda pública, dando relevancia a algunos y dejando fuera a otros de importancia ciudadana. La construcción de ciudadanía de la red está mediada por los temas de política-gubernamental, priorizando la concepción de Estado como gobierno y rector de las políticas públicas en función *de* los ciudadanos y no *con* ellos. Aunque lo político y gubernamental está dentro de la esfera ciudadana, existe un desequilibrio notorio entre esta dimensión y otras como servicios públicos, educación o cultura.
3. El ciudadano común está prácticamente invisibilizado en las representaciones que hace el medio, situación que no permite ni una relación entre ciudadano-gobierno (poder) y mucho menos entre iguales, ciudadano-ciudadano. Sin embargo, es importante resaltar que aunque aparece en el primer nivel, es decir, entre los privilegiados por el medio, lo hace de manera subordinada al campo de las exigencias y la denuncia. El ciudadano es visto como sujeto de denuncia.
4. En los noticieros de la RNR Fe y Alegría existe una paridad entre lo local y lo nacional: se priorizan las noticias desde el gobierno pero manteniendo temas locales de proyección nacional.

5. No existe equidad de género en ninguno de los discursos noticiosos; los actores representados son principalmente de sexo masculino, mientras las mujeres aparecen en contadas ocasiones como fuentes. Esta situación guarda relación con el sistema político venezolano, donde también hay una desigualdad entre hombres y mujeres que ocupan cargos en instituciones estatales, privadas y políticas. En cuanto al perfil etario, sólo aparecen adultos y se excluye a niños, jóvenes y ancianos.
6. La función que ejerce el enunciador es simbólica, es decir, que cede su espacio para que lo ejerza otro, de manera directa o indirecta. Aunque esto representa un eslabón en la cadena de la representación no significa un empoderamiento real de los ciudadanos.
7. En la RNR Fe y Alegría no hay semejanza entre el discurso político, el práctico y el noticioso, y se da una ruptura muy marcada entre el primero y el último: se plantea un elemento en la política informativa escrita pero los mensajes transmitidos en el discurso noticioso son diferentes. Resulta importante destacar que entre el discurso práctico y el noticioso esta ruptura ocurre en menos ocasiones, producto de la cercanía de los jefes informativos con los reporteros de calle, quienes asumen el discurso práctico antes que la política informativa escrita.
8. Las noticias son elaboradas con una visión presentista, es decir, sólo se incorporan elementos del presente y se obvia la historicidad en las dimensiones de *retrospectiva*, *prospectiva* y *diacrónica*, las cuales incluyen elementos del pasado, futuro o de ambos. Esta ausencia genera una dificultad de percepción y comprensión de los procesos por parte del oyente, ya que no puede ubicarse en los cambios de la realidad, al no existir elementos pertinentes del contexto histórico.
9. El rol actancial predominante es el de Destinator y Sujeto de Hacer, es decir, el actor principal da o impone valores, acciones y/o bienes a otros y, además, asume una actividad o acción encaminada a generar transformaciones, en su propio estado o en el de otros. El segundo rol que destaca dentro de los discursos noticiosos es el opuesto, es decir, donde el actor recibe la acción y no se produce ningún tipo de cambio dentro de él, este rol es denominado Destinatario y Sujeto de Estado. Ahora bien, al profundizar en estos datos encontramos que existe una relación entre las fuentes y los temas que priorizan los medios con los roles actanciales que se dan, pues, como destacábamos anteriormente, la fuente privilegiada es la de política y gobierno, la cual, desde su origen, produce acciones o da bienes a los otros sujetos dentro del discurso, entendiendo sujeto en un sentido más amplio, que incluye personas e instituciones; además, cuando detallamos los actores que tienen una función de destinatario o de quien recibe la acción, se repiten en la RNR

Fe y Alegría los no gubernamentales, como transportistas, campesinos, ciudadanos, reclusos, entre otros.

10. Se utilizan estrategias de legitimación y verosimilización del discurso para fortalecer su eficacia al momento de llegar al oyente. Entre las acciones que realizan para lograr este objetivo están: ofrecer todos los datos de las fuentes consultadas, realzar la calidad de los periodistas y del medio en cuanto a su acción comunicativa y presentar todas las fuentes involucradas en un hecho o noticia, denominado este último como proceso veredictorio. De todo lo antes mencionado, el que más destaca en los discursos de la red es el de la validación de la fuente; sin embargo. Estas acciones tienen como fin último, reforzar el contrato fiduciario, el cual consiste en un pacto entre el oyente y el enunciador, donde el primero cree en la veracidad de lo que dice el segundo y este ofrece pruebas de su autenticidad.
11. Se utilizan en pocas ocasiones los recursos expresivos educ comunicativos y didácticos como la *contextualización*, la *explicación* y la *historización*, que permiten al oyente tener mayores datos de la información, en función del conocer para el hacer. Estas estrategias no se desarrollan a partir de una investigación profunda sino con elementos básicos del quehacer periodístico, como una simple relación entre hechos ocurridos. La contextualización, cuando aparece, es elaborada tanto por el enunciador como por la fuente consultada.

Referencias bibliográficas

- ALFARO, R.M. (1999) **La Radio Ciudadana del Futuro**. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales CALANDRIA.
- ARIAS, F. (1999) **El Proyecto de Investigación. Guía para su elaboración**. Caracas: Episteme Orial Ediciones.
- DÁVILA, E. (2003) **El Discurso y la programación radiofónica**. La Paz: Programa Nacional de Formación Universitaria en Comunicación Radiofónica Voces Unidas.
- ENCICLOPEDIA BARSA (1987) **Tomo IV. Enciclopedia Británica Publishers, Inc.** México.
- GREIMAS, A.J. y COURTÉS, J. (1979) **Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje**. Madrid: Gredos.
- LÓPEZ VIGIL, I. (1997) **Manual de Radioapasionados**. Quito: AMARC-ALER.
- MATA, M. y SCARAFÍA, S. (1993) **Lo que Dicen las Radios**. Quito: ALER.
- MIRALLES, A. (2001) **Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana**. Bogotá: Norma.
- PRIETO, I. (2001) **Programación Radiofónica y Espacios Informativos**. Maracaibo: Ediluz.
- RODRIGO ALSINA, M. (2005) **La Construcción de la Noticia**. Barcelona: Paidós Comunicación 166.
- VAN DIJK, T. (1980) **Estructuras y funciones del discurso**. México: Siglo XXI Editores.
- VERÓN, E. (1996) **La Semiósis Social**. Barcelona: Gedisa Editorial.