



El concepto de “ciudadanía” en radios comunitarias del Zulia (Venezuela). Enfoque semántico-pragmático

Edinson Castro Pedrozo¹, Alicia Pineda Quintero²

Resumen

El objetivo es develar el concepto de “ciudadanía” utilizado por directivos de radios comunitarias. El estudio se basó en el análisis del discurso, enfoque semántico-pragmático (Molero y Cabeza, 2009). El corpus lo conforman once entrevistas semiestructuradas realizadas, *in situ*, a directivos de once emisoras de radios comunitarias del estado Zulia en distintos municipios de cada una de las 5 subregiones que conforman la geopolítica de esta entidad, ubicada al occidente de Venezuela. La metodología cualitativa-abductiva aplicada permitió confrontar la teoría con los datos empíricos. Los resultados son: identificación de los ejes temáticos “participación y formación de la comunidad”; establecimiento de “dominios religioso, político y social”; de los campos semánticos: “libertad, poder, legislación, valores, conducta, población y territorio”; y de las funciones estratégicas de “inclusión, solidaridad, cooperación”, que, contradictoriamente, coexisten con relaciones de exclusión y

Recibido: Mayo 2020 – Aceptado: Julio 2020

- 1 Doctor en Ciencias Humanas por la Universidad del Zulia y doctorando en Comunicación en la Universidad Nacional de La Plata. Magíster en Ciencias de la Comunicación, Universidad del Zulia y Especialista en Educación Ambiental por la Universidad Rafael Urdaneta. Es docente-investigador Titular en la Universidad del Zulia. Adscrito al Centro de Investigación de la Comunicación y la Información, CICI. Miembro del Programa de Estímulo a la Investigación, PEI. Correo: efcastrop@gmail.com
- 2 Doctora en Ciencias Humanas por la Universidad del Zulia. Magíster en Planificación y Gerencia de Ciencia y Tecnología. Profesora jubilada adscrita al Departamento de Ciencias Humanas de la Facultad de Ciencias de la Universidad del Zulia. Dicta clases de políticas públicas de ciencia, tecnología e innovación en la Maestría de Planificación y Gerencia de Ciencia y Tecnología. Investiga en las áreas de comunicación pública de la ciencia y la tecnología y del análisis de las políticas públicas de ciencia, tecnología e innovación. Correo: pinedaquinteroal@gmail.com

asimetría de poder. Se concluye que hay predominio de la ciudadanía mediática antes que de la democrática, por tanto, se requiere redefinir "ciudadanía" para adecuarlo a fines de la radio comunitaria.

Palabras clave: Participación, ciudadanía, radio comunitaria, comunicación, democratización.

The concept of "citizenship" in the community radio of Zulia (Venezuela). Semantic-pragmatic approach

Abstract

The objective is to unveil the concept of "citizenship" used by community radio directors. The study was based on discourse analysis, with a semantic-pragmatic approach (Molero and Cabeza, 2009). The corpus is made up of eleven semi-structured interviews carried out, in situ, with managers of 11 community radio stations in the state of Zulia in different municipalities in each of the 5 subregions that make up the geopolitics of this entity, located in western Venezuela. The qualitative-abductive methodology applied allowed confrontation between the theory and the empirical data. The results are: identification of thematic axes "participation and community development"; establishment of "religious, political and social domains"; of the semantic fields: "freedom, power, legislation, values, behavior, population and territory"; and of the strategic functions of "inclusion, solidarity, cooperation", which contradictorily coexist with dealings of exclusion and asymmetry of power. It is concluded that there is a predominance of media citizenship rather than democratic citizenship, therefore, it is necessary to redefine "citizenship" to adapt it to community radio purposes.

Keywords: Participation, citizenship, community radio, communication, democratization.

Introducción

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela de 1999 contempla que la sociedad venezolana es “democrática, protagónica y participativa”. La Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOTEL) (2000, 2011), entre sus objetivos establece “el ejercicio del derecho a la comunicación libre y plural”; la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (RESORTEME) (2004 y 2011) señala, en las disposiciones generales relativas al objeto y ámbito de aplicación, que la responsabilidad social en la difusión y recepción de mensajes debe, entre otros “contribuir con la formación de la ciudadanía”. Es así como *participación* y *ciudadanía* tienen, en Venezuela desde 1999, rango constitucional que preserva legalmente el derecho a la comunicación libre y plural. Este rango democratizador de la comunicación se mantiene con la promulgación de otros instrumentos legales surgidos a lo largo de la primera década del año 2000, tales como el Reglamento de Radio y Televisión abierta comunitarias, de servicio público sin fines de lucro (RRTVC) (2002) y la Ley de Comunicación del Poder Popular, (2015), entre otros.

Pese a la voluntad política evidente en la dotación de instrumentos legales para hacer efectiva la relación comunicación y participación-ciudadanía, se carece de información confiable acerca del impacto que esas disposiciones han tenido en las prácticas comunicacionales que pueblan la cotidianidad de los venezolanos, a través de medios masivos tales como la radio comunitaria.

Según el contexto descrito, el objetivo general de esta investigación es develar el concepto de “ciudadanía” utilizado por directivos de radios comunitarias en el estado Zulia, con la finalidad de descubrir la construcción del concepto de “ciudadanía”. Se intenta responder, entre otras, a la interrogante: ¿la radio comunitaria venezolana se afianza en un concepto de ciudadanía acorde con los lineamientos de la democracia protagónica y participativa que promueve su desarrollo en Venezuela.

Ciudadanía y participación o la necesidad de reinventar los conceptos

Existen diversas modalidades de ciudadanía. Chantal Mouffe, por ejemplo, en su libro "El retorno de lo político", considera que existe una ciudadanía democrática, la cual:

“Es preciso concebirla como ejercicio de la democracia en las relaciones sociales, que son siempre individuales y específicas, lo que requiere una real participación en las prácticas sociales que tejen la trama tanto del Estado como de la sociedad civil” (Mouffe, 1999, p.21).

La orientación teórica de Mouffe, se centra en la localidad o desde la localidad, del entorno del “ciudadano”, el compartir experiencias en un espacio determinado, todo ello centrado en lo que ella denomina “democracia radical”. Bastante cercano al concepto aristotélico, con poder político, religioso y simbólico, pero sobre todo con capacidad para generar cambios.

“Hoy en día, el ciudadano democrático sólo es concebible en el contexto de un nuevo tipo de articulación entre lo universal y lo particular, de acuerdo con la modalidad de un universalismo que integre las diversidades, lo que Merleau-Ponty llamaba “universalismo lateral” para indicar que lo universal se inscribe en el corazón mismo de lo particular y en el respeto a las diferencias” (Mouffe, 1999, p. 22).

Estos antecedentes dan cuenta de que el concepto de ciudadanía puede ser tan dinámico como la sociedad misma. Se podría afirmar que su comprensión varía según el ritmo evolutivo de las sociedades marcadas o enlazadas por el ejercicio del poder y su impacto sobre los ciudadanos o de éstos sobre el poder, porque “la ciudadanía navega hoy por los caminos que unen la participación en la cosa pública, los reclamos de identidad y el mayor acceso a los frutos del desarrollo” (Hopenhayn, 2000, p. 120).

Retomando la idea de ciudadanía enunciada por Aristóteles y relacionada con la participación, pero dentro del contexto de la sociedad de la información, luce pertinente revisar esa participación en el ámbito mediático:

“En un mundo cada vez más descentrado y reedificado, donde las demandas dependen menos del sistema político que las procesa y más de los actos comunicativos que logran fluir por las redes múltiples de información, *la ciudadanía se expande a prácticas cotidianas a medias políticas y a medias culturales, relacionadas con la interlocución a distancia, el uso de la información para el logro de conquistas* personales o grupales, la redefinición del consumidor (de bienes y de símbolos) como agente que da voz a sus derechos y sus preferencias, y el uso del espacio mediático para devenir actor frente a los otros actores” (Hopenhayn, 2000, p. 111).

Estas redes de la información que menciona Hopenhayn pueden hasta modelar las formas y maneras de ejercer la ciudadanía, dependiendo de la forma como se conceptualice el término “ciudadanía”, el cual escapa del control del ciudadano, del habitante de un espacio en el que interactúa y pasa por el tamiz de los medios. Esta modalidad de ciudadanía la podríamos ubicar dentro lo que se conoce como *ciudadanía comunicativa*, una relación social marcada por los medios.

Chantal Mouffe (1999) plantea la necesidad de re-definir tanto el término ciudadano como el de ciudadanía, con la finalidad de desligarlo del cordón umbilical que se origina en el Estado. Por su parte, Rosa María Alfaro (1994), plantea la necesidad de repensar el concepto de ciudadanía desde distintos enfoques:

“La ciudadanía supone compromisos con-ciudadanos, con *los otros*, toma en cuenta la importancia de lo común, de la *construcción de acuerdos*, de la creación de redes, espacios de comportamiento de solidaridad, de la conformación de esferas públicas, se trata de construir una *solidaridad colectiva* que signifique eficacias y productividades concretas en la gestión local y masiva al mismo tiempo” (Alfaro, 1994, p. 48).

La ciudadanía, aunque de origen individual, porque obedece a la decisión del ciudadano individualmente considerado en su ejercicio, depende del entorno y de la comunicación en procura de logros individuales con interés colectivo. Una relación individuo-sociedad que se fragmenta cuando no se ejerce y que no existe cuando lo individual predomina sobre lo colectivo.

Para Adela Cortina (2005), desde el punto de vista territorial y del ejercicio del poder, se puede hacer referencia a la ciudadanía política, económica, social, civil y *ciudadanía comunicativa*.

Siguiendo el desarrollo de diversas teorías sobre lo que se debe entender por ciudadanía, Cortina (2005) plantea la necesidad actual de desarrollar una ciudadanía intercultural, basada en el multiculturalismo y en el interculturalismo. Esta interacción de las culturas, posiblemente, sea una forma de llegar a un punto de encuentro entre sociedades diversas que bien puedan compartir un mismo espacio.

La ciudadanía tiene que ser repensada, afirma Cullen (2007), para quien "todos somos ciudadanos por el hecho mismo de vivir y que la defensa de la vida de todos y cada uno es ciudadanía" (Cullen, 200, p. 35). Para Cullen la forma moderna de la ciudadanía es la autonomía.

"La autonomía implica la capacidad que tenemos los hombres de actuar siguiendo los imperativos que emanan del uso de la razón pura práctica, es decir, no sometidos ni a la mera ley de los fenómenos naturales, ni a la presión social; en este sentido, descontextualizados o sin que cuente la pertenencia constitutiva de la identidades (y, por lo mismo, de las diferencias). (Cullen, 2007, p. 27).

La presión social a la que hace referencia el autor se presenta de formas diversas, como diversa es su procedencia. Los actores que ejercen el poder, al igual que los medios de comunicación, para bien o para mal, impactan sobre esa pretendida autonomía, y son fundamentales para fomentar el sentido de pertenencia y la identidad; ambas relacionadas con un entorno geográfico que en la actualidad se debilita ante la convivencia virtual. Cullen (2007), alerta sobre el riesgo que acarrearía la falta de autonomía, al señalar que "*una ciudadanía sin identidad y sin pertenencia* tiende a un atomismo individualista y suele esconder discriminaciones" (Cullen, 2007, p. 23).

Hay que tener en cuenta que la presencia de los medios de comunicación facilita la intermediación y reduce las brechas culturales a la vez que suprimen los límites territoriales de las sociedades. Sin embargo, como afirma Villalobos (2007) "este es el punto clave, porque cuando se piensa en generar ciudadanía y disminuir la exclusión social no puede obviarse que los medios masivos actúan dentro de coordenadas paradójicas" (Villalobos,

2007, p. 75); estas paradojas relacionan, de forma directa, el ejercicio o la construcción de ciudadanía con el ejercicio del poder político y económico que en cierta manera determinan el control de los medios al punto de orientar sus contenidos.

La ciudadanía, participación y las discursividades

Para comprender lo que los directivos de las radios comunitarias asumen como ciudadanía, se analiza el discurso de los directivos siguiendo a Pottier (1992) y Molero de Cabeza y Cabeza (2007), ambos autores proporcionan un enfoque semántico-pragmático (ESP), útil para estudiar, entre otras, las prácticas comunicacionales radiofónicas y sus vínculos con la ciudadanía y participación.

El ESP permite analizar un discurso atendiendo a la estructuración de niveles desde donde se intenta dar respuesta a interrogantes sugeridas por el uso del lenguaje en situación de comunicación (Cabeza, 2009, p. 365), Así, el nivel referencial remite al “mundo real o imaginario” (Pottier, 1992, p. 18,81). Los referentes fijan la relación del hombre con el mundo. A nivel lógico conceptual, las interrogantes se vinculan con la conceptualización del evento ligado al propósito comunicacional de informar: “¿qué ocurre?, ¿quiénes son?, ¿qué hacen?. En el nivel lingüístico: ¿qué digo?, ¿dónde y cuándo lo digo?, ¿a quién lo digo?, ¿para qué lo digo? y ¿cómo lo digo? Estas interrogantes se relacionan con la tematización del saber ligado al contenido del discurso y su representación a través de signos lingüísticos. En el caso del nivel discursivo cabe preguntarse: ¿se han seleccionado y combinado los recursos y estrategias, adecuadamente, a la situación comunicativa?

Metodología

Los objetivos específicos de esta investigación son: 1) analizar el nivel lógico-conceptual para identificar los temas e identidad de los entrevistados, 2) describir analíticamente a nivel lingüístico: dominios, campos semánticos, operaciones y marcas lexicales, sintácticas y semánticas, 3) develar los recursos y estrategias discursivas, y 4) confrontar, en el plano discursivo, las relaciones entre recursos, estrategias y finalidad/propósitos.

La metodología cualitativa aplicada combina los aspectos deductivos e inductivos. Esto es denominado por algunos autores como *abducción* y por otros como un proceso de "ida y vuelta entre la teoría y los datos empíricos" (Wodak y Meyer, 2003, p. 41, 42, 109).

El corpus del análisis lo conforman once entrevistas³ realizadas *in situ*, a directivos de emisoras de radios comunitarias del estado Zulia en distintos municipios de cada una de las cinco subregiones que conforman la geopolítica de esta entidad, ubicada al occidente de Venezuela (Castro, 2016).

Resultados e interpretación

1. A nivel referencial: "Ciudadanía" se presenta como un concepto abstracto, pues carece de referente material en el mundo físico. Se liga al ejercicio de prácticas de naturaleza social, normativas (deberes y derechos de los ciudadanos), que regulan el ejercicio y su transferencia a los ciudadanos mediante el uso de diversos medios, entre ellos los medios de información.

2. A nivel lógico-conceptual: determinación de los roles semánticos, estructuración de los nudos temáticos y creación de identidad.

3. Los ejes temáticos y los roles actanciales: En el nivel conceptual, se seleccionan los elementos con los cuales se desea estructurar el mensaje. El pensamiento es más concreto y se puede identificar mediante el uso y ordenación de signos. Existe entonces un "querer decir" o propósito de comunicación por parte del emisor. En este nivel de análisis es fundamental identificar los temas presentes en el discurso.

3 A, Vergara, comunicación personal, diciembre 2004– enero 2012
O, Amariz, comunicación personal, 2014.
A. Bustamante y J. Fuentes, comunicación personal, 2014.
E. Ariza, comunicación personal, 2014.
W. Zerpa, comunicación personal, 2014.
A. Cabrera, comunicación personal, 2015.
W. Lugo, comunicación personal, 2014.
D. Bracho, comunicación personal, 2014.
E. Marrufo comunicación personal, 2015.
W. Salas, comunicación personal, 2014.
A, Vergara, comunicación personal, 2015.
F. Garrido, comunicación personal, 2015.

Los temas determinantes en la relación actancial sobre la construcción y ejercicio de ciudadanía en las radios comunitarias del estado Zulia, según lo expresado por sus directivos, se describen como: la formación de la comunidad, relacionado directamente con la construcción de ciudadanía y; la participación, referida al ejercicio de ciudadanía.

La relación actancial de estos temas, siguiendo a Pottier (1992) y Molero y Cabeza (2007), se produce en un evento (conocido como zona del evento: en este caso, entrevistas) que cuenta con un agente (actante que inicia o produce algo), es decir directivos de las radios comunitarias del estado Zulia y personas que participan en esas radios y; un paciente (actante que recibe los efectos del agente), miembros de la comunidad donde opera la radio comunitaria. Esta zona del evento tiene dos ejes:

Primero. Eje de la actancia primaria o zona de la anterioridad, determinada por el origen o la causa del evento (¿por qué sucede?). En opinión de los directivos de las radios comunitarias, la existencia de estas radios obedece a dos causas fundamentales: necesidad de culturizar o concientizar a la comunidad (“*nosotros culturizamos desde los medios de comunicación*”, “*estamos trabajando, formando al pueblo, orientándolo*”) y permitir a la comunidad emitir sus inquietudes y necesidades (“*ellos pueden utilizarlos –los medios de comunicación. Aceptamos que ellos puedan ejercer acá sus derechos*”, “*nosotros aquí le prestamos los micrófonos*”).

El o los instrumentos (¿con qué sucede?), son el otro elemento de la zona de la anterioridad. Los instrumentos con que cuenta la radio comunitaria del estado Zulia para la construcción y ejercicio de ciudadanía son principalmente la programación regular en antena, (“*tenemos una gran cantidad de tips*”), y las distintas prácticas que realizan, (“*visitas a los Consejos Comunales*”, “*atendiendo las necesidades que a diario nos llegan*”). Según Molero y Cabeza (2007), la zona de la anterioridad “es una zona dotada de fuerza semántica, porque allí se sitúan las posiciones actanciales que desencadenan los procesos” (Molero y Cabeza (2007, p. 22).

Segundo. Eje de la actancia secundaria o zona de la posterioridad, la cual cuenta con un paciente (quien recibe los efectos del agente, ¿para quién?), es decir la comunidad (“*se han dictado talleres estamos interactuando con ellos*”, “*estamos trabajando de lleno con el alcoholismo*”) y los distintos niveles de gobierno (“*y se le hace un llamado a quien tenga las competencias*

–gobierno local o regional”);y una finalidad (¿para qué), lo que se persigue, según los directivos de las radios comunitarias: que la comunidad sea crítica, “a través de ese tipo de acción es dónde nosotros construimos una comunidad consciente, que puede estar alerta, atenta ante cualquier tipo de desestabilización que puede ocurrir en el país”, y que se logre mejorar su calidad de vida (“en el sector La Javilla, la señora Carmen Sangrone recibió, con nosotros como enlace con la Alcaldía de Mara, una donación”).

La creación de identidad

La forma como son presentadas las personas en el discurso o proceso de enunciación⁴ se relaciona con el sistema deíctico o con el de selecciones léxicas que tienen diferentes tipos de connotaciones. Se entiende por deixis “la localización e identificación de las personas, objetos, procesos acontecimientos y actividades (...) con relación al contexto espacio-temporal creado y mantenido por el acto de enunciación” (Lyons, 1980, cit. por Molero de Cabeza, 2009:82). En el discurso analizado para referirse a personas, se usa el sistema pronominal, tal y como se observa en la Tabla 1.

Figura 1: La deixis y creación de identidades

Nosotros	Ellos	Relaciones directivos/ comunidad
Nosotros aceptamos que usen la radio	Ellos <i>puedan</i> ejercer acá sus derechos”	Poder: (acceso potencial, asimetría)
Nosotros aquí le prestamos los micrófonos...	Ellos son las principales personas que <i>pueden</i> tener la libertad de un medio de comunicación.	Poder:(acceso potencial, asimetría)
Nosotros siempre le hemos dado ayuda “Las puertas están abiertas”	Ellos vienen a la radio a solicitar una ayuda	Solidaridad

4 La relación “yo-tú”, según Pottier (1992), forma parte de las operaciones enunciativas. La creación de identidad, según van Dijk (2011), forma parte del contexto; por tanto, es de naturaleza pragmática. El uso de recursos lingüísticos (deícticos) ubica el proceso como formando parte del nivel lógico-conceptual.

Nosotros culturizar	<i>podemos</i>	Ellos <i>pueden</i> aprender	Poder: (acceso potencial, asimetría).
Nosotros ayuda	<i>necesitamos</i>	Ellos vienen a ayudar	Cooperación
Fuente: Castro y Pineda (2020)			

En la figura 1 se muestran algunas de las posibilidades de utilizar la deixis en el proceso enunciativo que involucra a personas y cosas nombradas en el contexto del contenido de las entrevistas, mediante las formas pronominales (nosotros, ellos). En la situación analizada se presentan: un “nos inclusivo” que revela en oportunidades el deseo de acercamiento con la comunidad y; el uso de un “nos colectivo” que incluye a directivos y públicos como parte actuante en un sistema (véase figura 4).

Contradictoriamente, se observan relaciones de poder asimétricas: “alguien controla el medio y alguien lo usa, lo toma prestado...”. Entonces, esto implica que el concepto de ciudadanía que prevalece es el de “ciudadanía comunicativa” (Cortina, 2005), que parece estar más vinculado con la democracia representativa que con la democracia radical de la que habla Mouffe (1999), la cual si está, al menos conceptualmente, relacionada con los proyectos de radio comunitaria en Venezuela.

a) Establecimientos de los dominios: estrategia de organización del discurso que permite visualizar y analizar los contenidos del mensaje mediante la asociación de significados genéricos, amplios y de temáticas comunes. Esta estrategia consta de las operaciones de descontextualización y recontextualización. Según Molero y Cabeza (2007):

“Cuando se trata del estudio de un concepto o de un tema específico, es útil seleccionar los contextos donde aparecen las palabras que se refieren a ellos y se identifican y clasifican en dominios de experiencia, término proveniente de la semántica, útil para el analista porque permite organizar el léxico objeto de estudio, en ámbitos más amplios vinculados con el conocimiento socio-cultural de los hablantes” (Molero y Cabeza, 2007, p. 26).

Siguiendo esta metodología, se identificaron tres dominios de experiencia: religioso, político y social. Los dominios encontrados están estrechamente ligados a la orientación de la programación y las actividades o prácticas que

desarrollan las emisoras. En la tabla 2 se señalan algunos contenidos de las entrevistas que ejemplifican los dominios:

Figura 2: Dominios de experiencia en el concepto de ciudadanía

Dominio	Texto
Religioso	“Nos sirve a nosotros para evangelizar, dar la Palabra de Dios, de que los enfermos, que nos escriben a la emisora, hagan sus peticiones”.
Político	<p>“Para construir una sociedad; a través de ese tipo de acción es dónde nosotros construimos una comunidad consciente, que puede estar alerta, atenta ante cualquier tipo de desestabilización que puede ocurrir en el país.</p> <p>“Yo tengo deberes y derechos, aunque debería yo, pues, primero los deberes cumplirlos, y los derechos, pues, debería exigirlos si se me están siendo violentados”.</p> <p>“Tenemos que trabajar en conjunto con todos, pues. No opositor, opositor –como sea. Hay que trabajar juntos, porque no podemos ver de un lado colores políticos ni nada por el estilo, porque algunos, habrá algunos que piensen eso, que porque yo soy de amarillo, yo soy de azul, yo soy esto, nos vamos a pelear porque no somos naranja”</p>
Social	Todas las personas que están alrededor de nosotros y que, de una u otra manera, necesitan de nosotros y nosotros de ellos. Ser responsable ante la comunidad. Seres activos en un entorno social”
Fuente: Castro y Pineda (2020)	

Según se observa, en la figura 2, el dominio religioso, esgrimido en función de la familia y del bienestar de la sociedad (“*nos sirve a nosotros para evangelizar, dar la Palabra de Dios, de que los enfermos que nos escriben a la emisora hagan sus peticiones.*”) se registra en emisoras de orientación religiosa como Católico Amigo, ubicada en Santa Bárbara, municipio Colón, e igualmente en aquellas emisoras pertenecientes a iglesias evangélicas.

El dominio político es frecuente y muy marcado en las emisoras que muestran abiertamente su adherencia al signo político del gobierno nacional (“*tenemos que atender nosotros desde el Gobierno Nacional*”), o municipal si es del mismo signo político, aunque algunos directivos manifiestan no

tener diferencias de colores (*"no podemos ver de un lado colores políticos ni nada por el estilo"*).

Tanto la programación como las distintas prácticas de las emisoras con presencia del dominio político, como es el caso de *Bolívar, la bolivariana*, situada en una hacienda expropiada por el gobierno nacional en el municipio Colón, sólo tiene cabida lo destinado a realzar las bondades de la revolución y arremeter contra la oposición política (*"para construir una sociedad, a través de ese tipo de acción es dónde nosotros construimos una comunidad consciente, que puede estar alerta, atenta ante cualquier tipo de desestabilización que puede ocurrir en el país"*).

En el caso de *San Rafael*, ubicada en La Sierrita, municipio Mara, su director afirma que:

"Ha sido consecuente a un solo lineamiento, y hay personas que se han cohibido. No hemos tenido más receptividad porque la misma comunidad ha hecho que seamos como un cortocircuito para ellos. Algunas veces el señor del informativo ha leído información en contra del gobierno, y nos han llamado para decirnos, 'Hey, ¿Qué pasó, se están volteando?'" (E. Marrufo comunicación personal, 2015.).

Sin embargo manifiesta que, en la emisora, hay cabida para todos los sectores.

En lo que respecta al dominio social (*"todas las personas que están alrededor de nosotros y que de una u otra manera necesitan de nosotros y nosotros de ellos"*, *"seres activos en un entorno social"*), se podría afirmar que se identifica de manera transversal en los distintos discursos de los directivos de las emisoras de radio, sin importar su orientación política o religiosa.

Establecimiento de los campos léxico-semánticos: estrategia de organización del discurso que permite identificar en un discurso los significados específicos de los términos-clave mediante la asociación de sus lexías y sus relaciones con operaciones de sobrelexicalización y relexicalización.

Según lo observado en el contenido de las entrevistas, el concepto de ciudadanía que manejan los directivos de las radios comunitarias del estado Zulia está asociado a siete campos semánticos a saber: libertad, poder,

legislación, valores, conducta, población y territorio, cada uno con sus respectivas lexías, marcadas por una sobrelexicación o repetición de las mismas. Se comenta a continuación cada una de las lexías-clave.

- Campo semántico *libertad*: ésta se interpreta como la posibilidad que tiene la comunidad de decir las cosas, de denunciar, siempre limitada por lo que los directivos consideran que se debe decir o denunciar. Entonces, desde el campo semántico *libertad*, se entiende la ciudadanía como la posibilidad de que la gente pueda decir las cosas que están bien y denunciar lo negativo y defender el país.

Si se observa, con detalle, el funcionamiento de la emisora, se puede determinar que esa libertad tiene cortapisa. Se trata de una libertad condicionada por los lineamientos que establece la emisora, ya sea por propia convicción o por evitar ser sancionada por los entes gubernamentales como se puede apreciar en los enunciados siguientes: “*respetamos una sola línea*”, “*hay personas que se han cohibido*”, “*no hemos tenido más receptividad porque la misma comunidad ha hecho que seamos como un cortocircuito para ellos*”, “*ha sido consecuente a un solo lineamiento*”, “*el señor del informativo ha leído información en contra del gobierno, y nos han llamado para decirnos, ‘Hey, ¿Qué pasó, se están volteando?’*”.

Lo anterior muestra que la comunidad las reconoce como emisoras que responden a los intereses políticos de un sector de la población. Sin embargo, la mayoría de los directivos anunciaban que, en sus emisoras, la gente tenía “*la oportunidad de disfrutar de los espacios que les compete sin ninguna restricción*”. Esto es, quizás, una manera de mostrar su aparente libertad de expresión, pero que, en la práctica, se contradecía tanto por las expresiones a favor de la oposición cuando fueron consultados sobre la programación, como por la carga semiótica (afiches, pintas, ilustraciones, colores, vestuario...) presente en las instalaciones.

- El campo semántico relacionado con el *poder*, responde a la posibilidad que tiene la gente de hacer uso de medios de comunicación como la radio. Se asocia con el poder, ejercer ciudadanía a través de la radio. Se trata de un poder participar para lograr cambios; es decir, la ciudadanía

es un poder que permite proponer y lograr cambios, porque *“es el poder que reside en el pueblo”*.

Igualmente, se relaciona el poder con la posibilidad que tiene la radio de hacer o generar algún impacto sobre la comunidad *“podemos construir comunidad a través de talleres de formación...”* y, a su vez, la responsabilidad o la posibilidad que el mismo medio le ofrece a esa comunidad *“que tiene la capacidad de tener un medio y transmitir cuáles son sus necesidades, como aportan ellos su conocimiento para construir una sociedad...”*. Cuando se contrasta este poder con la libertad y con las prácticas, se puede observar que no existe correspondencia entre el discurso y el quehacer radiofónico diario. El poder, desde la radio, es para los pocos que participan, que se atreven o se les permite. Nuevamente, la teoría y el discurso sucumben ante la práctica.

- *Deberes, derechos, leyes y normas* son lexías frecuentes en el discurso de los directivos de las emisoras de radio para referirse a la ciudadanía y, sobre todo, a su construcción: *“transmitir cuáles son sus necesidades, como aportan ellos su conocimiento para construir una sociedad...”* *“yo creo que participando”*; y al ejercicio: *“nosotros aceptamos que ellos puedan ejercer acá sus derechos”, “tiene que estar conformada por el mismo pueblo, por la misma gente”, “permitirle a terceras personas manifestar también lo que son”* que se engloban en el campo semántico legislación.
- El campo *legislación*, evidentemente, se asocia con deberes y derechos porque es necesario *“cumplir con todas las leyes y normas que rigen este país”, “que mis derechos sean violentados y que yo no cumpla mis deberes”, “que el ciudadano... asuma su rol protagónico que las mismas leyes las tienen allí”*, una alusión directa a lo que la Constitución Nacional determina como democracia participativa y *“la ley lo establece, ellos son las principales personas que pueden tener la libertad de un medio de comunicación...”*.

Aunque los directivos evocan la legislación en contexto de deberes y derechos, sólo una de las emisoras cuenta con la autorización gubernamental para funcionar, lo que las convierte en emisoras que no observan las normas establecidas. Parten de los deberes y derechos vistos desde las emisoras como entes que deben velar y resguardar por

ellos, pero que parecieran exentas de cumplirlos. Si se detallaran uno a uno los deberes, según la legislación venezolana, nos daríamos cuenta que no los cumplen y, como consecuencia, violenta el estado de derecho.

- Los *valores*, como campo semántico relacionado con ciudadanía, se expresan como concepto explícito y a través de lexías y frases como: "*lo justo, lo correcto, todo aquello que nos acompaña, "el común, lo diario, las personas que hacen su día a día y tienen sus necesidades, tienen sus problemas, sus quehaceres diarios"* siempre vinculados con lo que es natural a la persona y puede mostrarse desde la radio. Así se puede construir ciudadanía con el ejemplo, a través de lo que la radio haga o permita hacer. Es decir, la ciudadanía para los directivos de las radios comunitarias se percibe como algo propio del ser humano que puede manifestarse en un entorno o en un medio siempre relacionado con el otro.
- La *participación* se asume como valor en cada una de las emisoras y como la mejor forma de consolidar el medio ("*Yo creo que participando: un valor fundamental y muy importante*", "*teniendo una participación constante, sostenida y respetuosa...*"). Al ser consultados sobre la participación, encontramos que es una de las debilidades comunes. Manifiestan que la gente participa muy poco. Algunos tienen claro que esto se debe a que la comunidad no comparte la línea política de la emisora y se genera como un "cortocircuito".
- Los *valores religiosos* expresados en ideas como "*tienen una misión fuera de su fe como católicos*", "*son fieles*", obedecen a que en la muestra se incluyó una emisora dependiente de una iglesia católica. En el resto de las emisoras este valor no se manifiesta.
- En relación con la *conducta*, ésta se vincula con el hacer del día a día, siempre emparentada, relacionada o en función de la convivencia dentro de un espacio. Respetar, ser responsable, buen ciudadano, no botar basura y demás comportamientos que no afecten a las otras personas y garanticen relaciones positivas con el entorno geográfico y humano, son las lexías más recurrentes en el discurso de los directivos de las radios para referirse a la ciudadanía como una *conducta* de acción.

Los directivos asocian la conducta con tolerancia: “*tenemos que trabajar en conjunto con todos, pues. No opositor, opositor –como sea. Hay que trabajar juntos, porque no podemos ver de un lado colores políticos ni nada por el estilo, porque algunos, habrá algunos que piensen eso, que porque yo soy de amarillo, yo soy de azul, yo soy esto, nos vamos a pelear porque no somos naranja*” y con buenas prácticas “*si la familia está mal, la ciudad está mal*”, “*un buen ciudadano no debería botar basura en la calle, un buen ciudadano no debería consumir demasiada energía, un buen ciudadano debería respetar, pues a los otros ciudadanos*”.

En síntesis, la ciudadanía relacionada con la conducta implica un comportamiento dentro de un entorno según las normas de convivencia en espacios públicos. En este campo pareciera existir empatía entre las distintas emisoras.

- El campo semántico *población*, claramente vinculado con las personas, quizás sea el que figura con mayor frecuencia en el discurso. Este campo se expresa de diversas formas: “*que seamos unidos, seamos un mismo grupo, seamos como hermanos, es el pueblo, personas que habitan en nuestra localidad, ciudadanos somos todos, seres activos en un entorno social...*” En él se refleja una carga emotiva producto de la cercanía geográfica entre el enclave de la emisora y por quienes se consideran seguidores o audiencia. Se podría decir que entienden la ciudadanía como un espacio de inclusión, de relaciones entre las personas, porque “*ciudadanos somos todos*”.
- El *territorio* es otro de los campos semánticos de uso común para referirse al concepto de ciudadanía, “*persona que vive en una ciudad*”, sin valorar la distinción entre el tipo de territorio, pero teniendo claro que es diverso y está determinado por un espacio geográfico específico. Las frase y lexías que pueden ejemplificar este campo son: *localidad, nacionalización (nacionalidad), venezolana o extranjera, hábitat, comunidad, municipio, estado, ciudad...* “*seres activos en un entorno social*”. En este campo semántico, el territorio es un espacio desde el que se puede actuar y, como tal, se te reconoce (“*si todos somos venezolanos, somos ciudadanos de este país*”).

4. Nivel discursivo

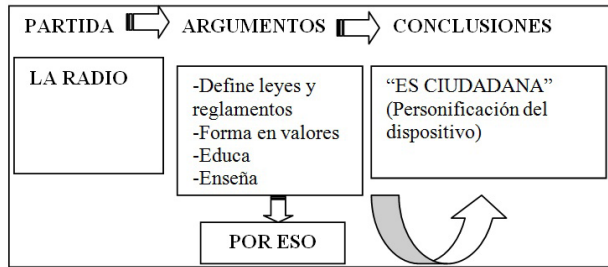
En este nivel, el enfoque SP prevé: a) el análisis de los modos de organización del discurso y b) análisis de las estrategias discursivas. Para efectos de este análisis, las entrevistas realizadas a los participantes en la investigación, revelan:

- Predominio del modo de organización descriptivo: bajo el cual se da prioridad al referente u objeto de investigación.
- Predominio del modo de organización argumentativo: Este modo está asociado a "dar razones" que sustentan la veracidad del conocimiento aportado en la entrevista por los informantes. La lógica que sigue la construcción de los argumentos se devela o descubre mediante el análisis de los textos aportados por los entrevistados, siguiendo la metodología proporcionada por Adam y Lorda (1999), en este sentido:

TEXTO 1

"Si se aplica como realmente debería ser una radio ciudadana. Bueno, tendría que tener definido sus leyes y reglamentos, sería algo muy bueno, porque sería una radio para formar valores, para educar, como tiene que ser pues, y no como inicialmente nosotros quisimos hacer con la radio comunitaria y que nos desviaron en el camino, cogió otro rumbo. No es solamente convertirse en guerrilleros del (aire), sino formar, capacitar, educar, concientizar, enseñarle a la gente lo que realmente debe ser, y no burlarse ni pretender cambiar lo que es la cultura de cada quien, la manera de hablar ni nada de eso, no. Pero sí formar, porque la parte formativa es muy importante".

Figura 3: Esquema argumentativo 1

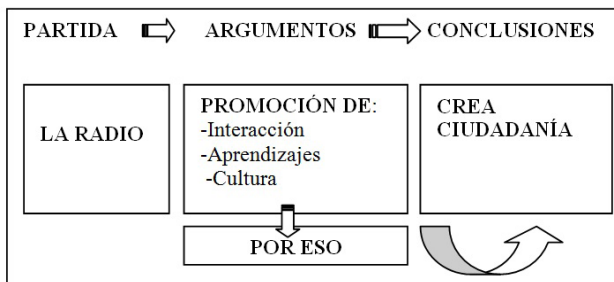


Fuente: Castro y Pineda (2020)

TEXTO 2

"(...) Si nosotros culturizamos desde los medios de comunicación, todos, independientemente, sea quien sea, nosotros vamos a crear ciudadanía. Ciudadanía cultural, ciudadanía honesta, ciudadanía que tenga un pensamiento de desarrollo, tanto para ellos como para nuestro municipio. Dándole los mecanismos necesarios para que ellos puedan aprender lo que es la parte cultural, la parte social, la parte; por decir algo, humanitaria, y nosotros acá en Rumba Estéreo le hemos, aparte de darle los mecanismos a las personas, y brindarle apoyo, ellos también nos incitan, porque hasta acá se han trasladado personas de la comunidad a brindarnos el apoyo (...)"

Figura 4: Esquema argumentativo 2

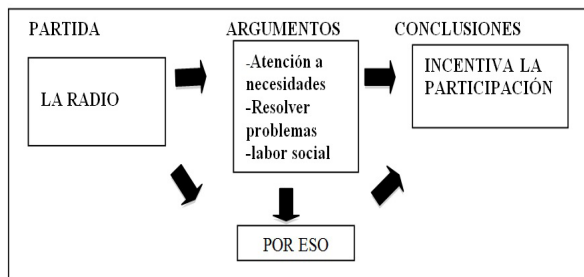


Fuente: Castro y Pineda (2020)

TEXTO 3

" (...) desde la misma radio, desde la misma cabina atendiendo las necesidades que a diario nos llegan, las demandas que tiene la población, podemos construir o ayudar resolver algún tipo de problema que se esté presentando. A través de la participación del pueblo, a través de la persona, de escribir de un ranchito en el monte, como el que vive en la ciudad; todos pueden la oportunidad de participar por igual, y lo de las opiniones, por ejemplo, el programa de 'Impacto Social', ahorita cumplimos nueve años al aire, siendo un programa de opinión, de entrevistas, (complacencias), siendo un programa que, pues, todos los fines de año tenemos una labor social, que se llama 'Un regalo de amor', para ayudar a los niños con mayor necesidad".

Figura 5: Esquema argumentativo 3



Fuente: Castro y Pineda (2020)

Finalmente, se diseña a partir del contenido de las entrevistas realizadas el plan de recursos, estrategias y finalidad /propósito (Pineda y Molero de Cabeza, 2016) utilizadas por los entrevistados para construir el concepto de ciudadanía. La figura 3 muestra el plan de estrategias, recursos, finalidad/ propósito.

Figura 6: Estrategias, recursos, finalidad/propósito

RECURSOS	ESTRATEGIAS	FINALIDAD/ PROPÓSITO
LINGÜÍSTICOS Dominios: Generalizaciones y recontextualización -Establecimiento de campos léxicos -Sobrelexificación de las UT-clave. -Repeticiones Uso de la deixis (pronombres de 3era persona). SEMÁNTICOS Metáforas	Mantener el referente (Concepto de ciudadanía)	-Hacer saber/informar -Hacer ver -Hacer creer/persuadir Legitimar el medio o dispositivo y sus funciones.
PRAGMÁTICOS -Descripción -Argumentación -Construcción de identidad	-Mantener el referente -Dar veracidad a resultados obtenidos. Inclusión/exclusión	-Hacer creer/persuadir Legitimar /deslegitimar a los actores y acciones

Fuente: Pineda y Molero de Cabeza (2016), Van Leeuwen (1995)

En la figura 3 se observa que, en el discurso de los entrevistados, predominan dos estrategias: mantener el referente y “validar argumentativamente” los resultados. Esta combinación de estrategias y recursos obedece a unas finalidades que se cumplen mediante unos propósitos, que son respectivamente: 1) “hacer creer”/informar; 2) y 3) “hacer creer” /persuadir.

No hay duda que domina el proceso enunciativo el cual tiende a legitimar, prioritariamente, la participación de los directivos de las emisoras y la existencia de esos medios en las comunidades. Esa función de legitimación

(Van Leeuwen, 1995)⁵ se cumple mediante recursos lingüístico-discursivos de naturaleza híbrida, pues se mueven entre lo semántico (lingüístico) y lo pragmático (situación de comunicación). En la figura 7 se observan las funciones estratégicas identificadas en los discursos analizados:

Figura 7: Legitimación /deslegitimación de actores y dispositivo

Función estratégica	Textos - evidencia
Inclusión	NOS INCLUSIVO”: “TODOS SOMOS CIUDADANOS”
	“ Nos reunimos con las comunidades. Hemos construido todos. Estamos interactuando con ellos. Aquí tenemos al señor (...) que ninguna radio le quiere dar auditoría a él para que pueda tener un programa de radio. Nuestro objetivo es ir más hacia el ciudadano común
	“ NOS COLECTIVO”: CIUDADANÍA MEDIÁTICA “TODOS SOMOS PARTE DE UN SISTEMA COMUNICACIONAL”.
	Nosotros aquí le prestamos los micrófonos, pues. Ellos son las principales personas que pueden tener la libertad de un medio de comunicación. Nosotros aceptamos que ellos puedan ejercer acá sus derechos
	Nosotros culturizamos desde los medios de comunicación. Ayudamos en lo comunicacional, en la información , la solución de los problemas – haciendo de enlace. Tratando de hacer un programa más social y concientización ciudadana. Nosotros quisimos hacer con la radio comunitaria y que nos desviaron en el camino, cogió otro rumbo”.
Exclusión	“ SEGUIR UNA LÍNEA POLÍTICA QUE EXCLUYE AL Oponente”, “ Respetamos una sola línea. Ha sido consecuente a un solo lineamiento, y hay personas que se han cohibido. No hemos tenido más receptividad porque la misma

5 Legitimación: según este autor, es un acto social y político que suele realizarse mediante estrategias que demuestran acciones de diversa naturaleza.

Exclusión	<p>comunidad ha hecho que seamos como un cortocircuito para ellos. Algunas veces el señor del informativo ha leído información en contra del gobierno, y nos han llamado para decirnos, ‘Hey, ¿Qué pasó, se están volteando?’”.</p> <p>“VIGENCIA DE PRÁCTICAS GERENCIALES QUE DAN PODER AL MANDANTE (DIRECTIVO) Y EXCLUYE AL MANDATARIO (COMUNIDAD).</p> <p>Nosotros aquí le prestamos los micrófonos. Nosotros aceptamos que ellos puedan ejercer acá sus derechos.</p>
Solidaridad	<p>ASISTENCIALISMO VERSUS APROPIACIÓN DEL CAMBIO COMUNICACIONAL (EMPODERAMIENTO).</p> <p>Se le da un apoyo a todas las comunidades. Aquí damos alimento, damos comida, y al frente (...) hay personas, familias que vienen a buscar su bolsa de comida. Atendiendo las necesidades que a diario nos llegan. Ellos han venido hasta acá a ayudar. Vienen a la radio a solicitar una ayuda, a solicitar un espacio, como siempre se lo hemos dado. Las puertas están abiertas.</p>
Fuente: Castro y Pineda (2020)	

Conclusiones

1. **Desde el análisis del nivel teórico-conceptual:** la relación actancial enmarca lo que se podría denominar como el *deber ser* de la radio comunitaria, ya que se enfoca en la formación de la comunidad, función relacionada directamente con la construcción de ciudadanía; y la participación, referida al ejercicio de ciudadanía. Estas funciones se realizan, básicamente, a través de la programación regular en antena.

En esta relación actancial, las emisoras encuentran aliados y oponentes; extrañamente, un mismo aliado, en este caso la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), actúa en ocasiones como oponente, ya que, según los directivos de las emisoras, no les da respuesta a las solicitudes de habilitación o concesión; y como aliado, porque, sin cumplir con las normas legales, se les permite estar al aire.

Un oponente que luce como poco probable, lo conforma la misma comunidad: escasa participación en la emisora y el hecho de relacionarla única y exclusivamente con la línea política del gobierno nacional. Aunado a este tipo de oponente se identifica también la insuficiencia de recursos financieros para el sostenimiento de las emisoras y la obsolescencia de los equipos.

- 2. Desde el análisis del nivel lingüístico:** El concepto de ciudadanía para los directivos consultados en las radios comunitarias del estado Zulia es diverso y está determinado por siete campos semánticos a saber: libertad, poder, legislación, valores, conducta, población y territorio, cada uno con sus respectivas lexías, marcadas por una sobrelexicación.

Desde el campo semántico *libertad*, se entiende la ciudadanía como la posibilidad de *que la gente pueda decir las cosas que están bien y denunciar las malas y defender el país*.

El campo semántico relacionado con el poder responde a la posibilidad que tiene la gente de hacer uso de medios de comunicación como la radio. Ejercer ciudadanía a través de la radio es un poder participar para lograr cambios.

El campo legislación, evidentemente, se asocia con deberes y derechos. Contradictoriamente, los directivos evocan la legislación en contexto de deberes y derechos, sólo una de las emisoras cuenta con la autorización gubernamental para funcionar, lo que las convierte en emisoras que no observan las normas establecidas.

Los valores, como campo semántico relacionado con ciudadanía, se expresan como concepto explícito. Es decir, la ciudadanía, para los directivos de las radios comunitarias, se percibe como algo propio del ser humano que puede manifestarse en un entorno, en un medio, siempre relacionado con "el otro.

La ciudadanía, relacionada con la conducta, implica un comportamiento dentro de un entorno según las normas de convivencia en espacios públicos. En este campo pareciera existir empatía entre las distintas emisoras.

El campo semántico *población*, claramente vinculado con las personas, quizás sea el que figura con mayor frecuencia en el discurso. Este campo expresa diversas formas de hermandad que refleja una carga emotiva dada por la cercanía geográfica entre el enclave de la emisora y por quienes se consideran sus seguidores o audiencia. Se podría decir que entienden la ciudadanía como un espacio de inclusión, de relaciones entre las personas, porque “*ciudadanos somos todos*”.

El *territorio* es otro de los campos semánticos de uso común para referirse al concepto de ciudadanía, “persona que vive en una ciudad”, sin valorar la distinción entre el tipo de territorio, pero teniendo claro que es diverso y está determinado por un espacio geográfico específico. En este campo semántico, el territorio es un espacio desde el que se puede actuar y como tal se te reconoce.

En cuanto a otras marcas o recursos lingüísticos-discursivos utilizados, se constató la presencia de la repetición, la metáfora, uso de deícticos personales (nosotros, ellos), descripción y argumentación. El “nosotros” se manifiesta tanto inclusivo como colectivo. En el primer caso, da lugar a relaciones de inclusión; en el segundo, da prioridad al medio de comunicación, lo cual permite concluir que se tiende a hacia lo que se denomina *ciudadanía mediática*.

A través de las marcas mencionadas se mantiene el referente, se crea identidad y, acorde con la nueva lógica de construir la verdad, se otorga veracidad a lo dicho. Estos recursos obedecen a las estrategias y propósitos/finalidad de hacer saber/informar, hacer creer /persuadir.

3. A nivel discursivo:

Los modos de organización del discurso más relevantes fueron la descripción y la argumentación.

Las estrategias discursivas más utilizadas por los directivos de las radios comunitarias para referirse a la construcción y ejercicio de ciudadanía, fueron: inclusión, solidaridad y cooperación. A través de ellas se legitiman acciones y los procesos de creación de identidad de los actores (yo, tú, nosotros, ellos).

La estrategia de exclusión, que también se evidencia, se vincula al ejercicio asimétrico del poder por parte de uno de los polos de relación

entre los actores (directivos). Al respecto, se observan disonancias entre lo que plantea la legislación y el ejercicio de ciudadanía como participación para producir cambios. Según establece el RRTVC, el "ser" de estas radios es que el 70% de la programación esté en manos de la comunidad; no obstante, para los operadores comunitarios, teóricamente, la comunidad tiene la "*oportunidad de participar por igual*". Esta participación se encuentra, nuevamente, referida a la posibilidad de tener un programa, llamar o enviar mensajes de texto a la emisora.

Finalmente, se concluye que aunque, originariamente, "ciudadanía" se vincula con la decisión del ciudadano individualmente considerado, ella depende del entorno y de la comunicación en procura de logros individuales con interés colectivo. Una relación individuo-sociedad que se fragmenta cuando no se ejerce y que no existe cuando lo individual predomina sobre lo colectivo.

Referencias

- Adam, J; Lorda, C. (1999). *Lingüística de los textos narrativos*. Barcelona, España: Ariel.
- Alfaro, R. (1994). De las culturas populares a las transformaciones políticas. En: *Entre públicos y ciudadanos*. Lima. Asociación de comunicadores sociales: CALANDRIA.
- Castro, E. (2016). *El rol de radio comunitaria en la construcción y ejercicio de ciudadanía*. Tesis doctoral. Universidad del Zulia, Venezuela.
- Cortina, A. (2005). *Ciudadanos del mundo, hacia una teoría de la ciudadanía*. España: Alianza editorial.
- Cullen, Carlos (2007). "Ciudadanía urbi et orbi. Desventuras de un concepto histórico y desafíos de un problema contemporáneo". En *El malestar de la ciudadanía*. Buenos Aires: La Crujía ediciones, pp.11-42.
- Hopenhayn, M (2000). "*Nuevas formas de ser ciudadano*": ¿la diferencia hace la diferencia?. Caracas: RELEA, p.p. 109-121.

- Lyons, J, (1980). *Sémantique linguistique*, en MOLERO DE CABEZA, LOURDES Y CABEZA, JULIÁN (2009). *El poder el querer y el protestar*. Venezuela: Ediciones del Vicerrectorado Académico de la Universidad del Zulia, p. 82.
- Molero, L y Cabeza, J (2007). “El análisis del discurso como método para la investigación en las ciencias humanas y sociales” en: *El análisis del discurso en las ciencias humanas y sociales*. Maracaibo. Universidad del Zulia: Ediciones Astro Data S.A, pp. 13-42.
- Mouffe, Ch. (1999). *El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*. España: Editorial Paidós.
- Molero, L y Cabeza, J (2007). “El análisis del discurso como método para la investigación en las ciencias humanas y sociales” en: *El análisis del discurso en las ciencias humanas y sociales*. Maracaibo. Universidad del Zulia: Ediciones Astro Data S.A, pp. 13-42.
- Pineda, A; Molero de Cabeza, L. (2016). Propuesta de un modelo dual de comunicación tecnocientífica pública. *Quórum Académico*. Vol 13. N°2 (julio-diciembre, 2016).
- Pottier, Bernard (1992). *Teoría y análisis en lingüística*. Madrid: Gredos.
- Solano, Sergio (2011). Trabajo, raza, ciudadanía y estilos de vida en Colombia durante el siglo XIX. *Revista de Ciencias Sociales*. Vol. XVII, Num. 2. Maracaibo. Universidad del Zulia, p.p. 341-356.
- Van Leeuwen, T. (1995) *The grammar of legitimation*, en LUISA MARTÍN ROJO Y RACHEL WHITAKER (1998): *Poder decir o el poder de los discursos*. Madrid- España: Ediciones de la Universidad autónoma de Madrid.
- Villalobos, Orlando (2007). *Comunicación y ciudadanía, la creación del tejido social de Maracaibo*. Maracaibo: Ediciones del Vicerrectorado Académico de la Universidad del Zulia.
- Wodak, H y Meyer, M. (2003). 2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. España: Gedisa, 109