

## Investigación

# RADIOS COMUNITARIAS DEL MUNICIPIO MARACAIBO. ¿AUTOSOSTENIBLES?

**Mildred Romero**

Maestría en Gerencia de empresas  
Profesora de la Facultad de Ciencias Económicas y  
Sociales de la Universidad de Zulia  
E-mail: mildredgenove@yahoo.com

**Wileidys Artigas**

Doctora en Ciencias Sociales  
Profesora de la Facultad de Ciencias Económicas y  
Sociales de la Universidad de Zulia  
E-mail: wileidys@hotmail.com

## RESUMEN

El propósito del presente estudio es examinar la autosostenibilidad económica de las radios comunitarias del municipio Maracaibo, basado en los aportes y principios de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica y Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe (ALER) (2008) y Lamas (2003), entre otros. En tal sentido el tipo de investigación fue descriptiva y de campo, se aplicó una entrevista semiestructurada a todos los directores de las radios comunitarias habilitadas por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) en Maracaibo, por lo que se aplicó un censo poblacional. Para el tratamiento de la información se generaron categorías de acuerdo a Strauss y Corbin (2002). Los resultados muestran necesidad de mayores acciones para perdurar en el tiempo. Se concluye que, las radios comunitarias han podido perdurar y fortalecerse económicamente en el tiempo, gracias al conjunto de acciones económicas relacionadas principalmente a la participación de los actores sociales comunales vinculados a estos medios de comunicación; no obstante, la dinámica comunal exige impulsar el emprendimiento cultural, actividades productivas, entre otras, para coadyuvar a la autosostenibilidad.

**Palabras clave:** Estrategias económicas, acciones de perdurabilidad, acciones de fortalecimiento radios comunitarias.

**Recibido:** 18 – 07 - 2013

**Aceptado:** 27 – 09 - 2013

## ABSTRACT

The purpose of the given work-study is to examine the economic auto sustainability of the community radios in the township of Maracaibo, based on the contribution and principles of ALER (2008) and Lamas (2003). In this case the investigation was managed in a descriptive and fieldwork matter, a semi-structured interview was applied to every community radio director through CONATEL Maracaibo, by which a population census was established. The data collected was organized into categories according to Strauss and Corbin (2002). The results show the necessity of more actions to achieve the sustainability in time. As a result the community radios have been able to last and fortify economically throughout time, due to the combined economic actions related primarily by the participation of the community social actors linked to the media, nevertheless, the community dynamics require the boost of cultural entrepreneurship, productive activities, among others in order to contribute in the progress of the radios' economic auto sustainability.

Key Words: Economic strategies, sustainability actions, actions to fortify community radios.

## COMMUNITY RADIO TOWN MARACAIBO. SELF- SUSTAINABLE??

**Mildred Romero**

Magister Management of companies  
Professor, Faculty of Economics and Social Sciences  
of the University of Zulia  
**E-mail:** mildredgenove@yahoo.com

**Wileidys Artigas**

PhD in Social Sciences  
Professor, Faculty of Economics and Social Sciences  
of the University of Zulia  
**E-mail:** wileidys@hotmail.com

## 1. INTRODUCCIÓN

Desde los años 60, Venezuela comienza a incursionar en el mundo de la comunicación popular, alternativa y comunitaria, mediante boletines de prensa clandestinos y radios, entre otras, que invadían el espectro radioeléctrico para denunciar y expresar el descontento de la sociedad, así como movilizar las masas populares en pro de los derechos humanos. Como señala Galdón (2001: 41)

“(...) después de casi un siglo de funcionamiento de los medios de difusión, desde que se plantearon las expectativas más optimistas acerca de su contribución a la vida democrática, el balance deja mucho que desear. Algunas iniciativas, surgidas en los últimos años, se han propuesto cambiar la orientación, tratando de restaurar la participación ciudadana”.

La Constitución de la República Bolivariana (Asamblea Nacional Constituyente, 1999) ha demostrado esta restauración por el fomento de la participación como elemento fundamental para el desarrollo de las comunidades, haciendo énfasis en que sean los medios de comunicación quienes estimulen la participación ciudadana para que sean las comunidades los actores centrales del proceso de transformación comunicacional en el país. Por lo cual, se han ideado nuevas formas de acceso y transmisión de la información, a través de medios alternativos, o aquellos medios según Rivadeneira (2002: 59) que “(...) son instrumentos de comunicación para la democracia informativa y la participación social frente a los otros instrumentos comunicacionales que tratan de mantener el status quo”. Sin dejar de lado, que no significa desnaturalizar la esencia o eliminar los medios tradicionales, porque entonces no existiría alternativa en la comunicación; lo que significa es establecer prioridades diferentes orientadas al bien social y la transformación de una comunicación unilateral o unidireccional a una comunicación y participación bi y multidireccional.

Las radios comunitarias, entendidas como un servicio de radiocomunicación de las comunidades

organizadas en su ámbito respectivo, han presentado desde su aparición en el espectro a finales del año 2002 un conjunto de transformaciones en función de lograr su sostenibilidad a través del tiempo, este conjunto de transformaciones están referidas a dos aspectos: el económico y el social. En este sentido, esta investigación examinará la autosostenibilidad económica de las radios comunitarias del municipio Maracaibo, a través de un análisis de la situación actual, para posteriormente plantear las estrategias que se consideraron efectivas en la búsqueda de la continuidad de dichos medios en el largo plazo.

## 2. Sostenibilidad Económica.

En Venezuela, en concordancia con muchos otros países de Latinoamérica, en la última década se ha dado un impulso a un proyecto de radio caracterizado como alternativo, porque es diferente a los medios y/o radios comerciales, popular, por su intencionalidad de carácter político por buscar una transformación social determinada que se distingue por ser crítica y concientizadora, por democratizar la comunicación; y finalmente comunitario porque existe y se debe a la comunidad, atiende sus necesidades sus gustos y se mantiene en continuo contacto e interrelación con ella. Sin embargo, para efectos gubernamentales son denominadas “radios comunitarias”.

Si bien es cierto, que es el Estado venezolano quien ha promovido estas radios, no obstante se requiere de un esfuerzo propio para lograr su sostenibilidad. Para la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica. (ALER) y Asociación Mundial de Radios Comunitarias de América Latina y Caribe (AMARC ALC) (2008:10):

“la sostenibilidad se entiende como el proceso paralelo a todo emprendimiento e iniciativa social, que permite y prevé su perdurabilidad en el tiempo, su fortalecimiento estructural y la posibilidad de realizar ajustes y cambios necesarios, a través de mecanismos e instrumentos adecuados para su continuidad y su proyección”.

El término sostenibilidad, se ha asociado con diferentes tópicos de la sociedad, hay quienes aseveran que surgió en el área de la ecología, extendiéndose posteriormente a los distintos sectores de la economía, al punto de considerar que toda organización, que pretenda trascender requiere ser sostenible. Para Muñoz y Villegas (S/F), la sostenibilidad garantiza la continuidad de las acciones a largo plazo.

Sin embargo, Geerts y Van Oeyen (2001) distinguen tres niveles de sostenibilidad a saber: institucional, social y económica, definiéndolas así:

“La sostenibilidad institucional se refiere a ‘la institucionalidad’ que debe existir (roles, funciones, autoridades, estructura organizativa, etc.). La sostenibilidad social es el ‘soporte’ de cada radio, centro, coordinadora: sus relaciones con los públicos y los actores sociales de la sociedad civil, desde donde debe tener reconocimientos. Y la sostenibilidad económica es la capacidad para proveerse de los recursos necesarios que aseguren su funcionamiento y el cumplimiento de sus objetivos” (117).

Para Muñoz y Villegas (S/F) la sostenibilidad de los proyectos comunitarios no solo se construye con activos económicos sino también con activos sociales, culturales e institucionales que son los que garantizan el respaldo de los sectores sociales y un buen nivel de autonomía. Razón por la cual la sostenibilidad social se considera imprescindible por ser el criterio con el cual se les valora y se les otorga importancia a las organizaciones en un entorno cada vez más preocupado por las responsabilidades sociales y el futuro de la humanidad.

Otro de los tipos de sostenibilidad, es la sostenibilidad económica, la cual es considerada un tema estratégico en las radios comunitarias, Geerts y Van Oeyen (2001:129) apuntan que “aun cuando la misión de la radio popular no ha cambiado sustancialmente, las estrategias sí han cambiado significativamente”, llevando a las mismas a destinar recursos en temas nuevos como: gestión,

fortalecimiento institucional, planificación estratégica, entre otros.

No obstante, un proyecto de radio puede ser perfecto, su relación y conocimiento con el público ejemplar, su programación un fiel reflejo de su proyecto global, como señalan, Geerts y Van Oeyen (2001), pero de nada servirá, si no mantienen relaciones con su comunidad -geográfica, cultural o social-. Una radio sin algún tipo de desarrollo organizacional no es sostenible. Una radio sin la capacidad para asegurarse los recursos necesarios que permitan su funcionamiento y el cumplimiento de sus objetivos, tampoco. En otras palabras, el mejor proyecto, si no tiene sostenibilidad económica, tarde o temprano deja de existir”, y aunque no determina el proyecto, sí determina su futuro.

Las radios populares y comunitarias necesitan financiar su labor para vivir, al respecto, la ALER y AMARC ALC (2008) expresan que en cada localidad hay un tipo y cantidad posible de fuentes de financiamiento, entre las que pueden mencionarse:

- Cuñas publicitarias de las empresas y negocios que funcionen en la localidad.
- Mensajes personales y servicios que presta la emisora a sus oyentes.
- Campañas sociales de educación y divulgación para apoyar acciones gubernamentales.
- Servicios de comunicación por la radio -u otros medios de manera complementaria- que presten las emisoras (campañas de medios, eventos, conciertos, producción musical, etc.).
- Cooperación internacional a través de proyectos que se preparan y se gestionan.
- Eventos para recolectar fondos, como: radiotones, rifas, bazares, competencias y demás.

Las radios populares y comunitarias son organizaciones sociales que necesitan recursos a través de la oferta de espacios radiales. Estas fuentes de financiamiento permiten la estabilidad económica para

poder satisfacer el derecho a la comunicación, la libre expresión de la sociedad y fortalecer las culturas locales; por lo que, los aspectos económicos constituyen una de las condiciones para la sostenibilidad. Su abordaje requiere hacer un análisis de contexto que permita observar las relaciones de la emisora/red con el entorno en la localidad/región, lo cual se esboza en el siguiente apartado.

### 3. METODOLOGIA

El estudio realizado es de tipo Descriptivo. Para efectuar dicho análisis se realizó una entrevista a los Directores de las Radios Comunitarias habilitadas por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel, 2011), las cuales se reflejan en el cuadro No. 1 a continuación, señalando su año efectivo de creación y el año en que obtuvieron la habilitación:

**Cuadro 1.**  
**Radios habilitadas por Conatel al 2011 en el**  
**Municipio Maracaibo.**

Año de creación	Habilitación	Radio
1983/1984	2003	Tropical
2001	2004	La voz del pueblo
	2007	Coquivacoa
2003	2003	Acción (Inicio en 2005)
	2005	Curva estéreo
2002/2004	2008	Samide Estéreo
2004	2004	Vereda Libre

**Fuente:** Elaboración propia

Cabe destacar que solo una radio no pudo ser entrevistada (Vereda Libre), debido a la imposibilidad de comunicación con la Directora de la misma. Es importante señalar, que el surgimiento de estas radios se inicia formalmente a finales de 2002 luego de la problemática del paro petrolero Nacional efectuado para esta fecha y que estas radios han tenido una evolución que se denomina “sistémica” según Useche y Artigas (2011), en función del manejo de un conjunto de elementos que han determinado su mantenimiento en el tiempo, sin embargo

estos elementos no pueden desvincularse del aspecto económico, por la importancia que tiene el cumplimiento de las obligaciones adquiridas para el funcionamiento de las radios.

El desarrollo de la investigación se llevó a cabo aplicando una entrevista semiestructurada, extrayendo y analizando la información recopilada. Este análisis llevado a cabo se basa en la técnica de análisis de discurso, una técnica cualitativa a través de la cual se manejan los discursos obtenidos en las actividades de investigación, apoyándose en el manejo de categorías que señalan Strauss y Corbin (2002), es decir, se extrae la información de las entrevistas y con un soporte teórico se contrasta para obtener de una u otra manera la realidad que se expresa en las entrevistas, generando nuevas formas de observar el objeto de estudio que permiten adaptar la teoría estudiada a las realidades encontradas a través de las entrevistas.

### 4. RESULTADOS

#### 4. Análisis Situacional Económico.

El análisis situacional puede efectuarse de diversas formas, una de ellas es el análisis de la situación actual, en el cual se estudia el ambiente interno y externo de la organización, creando una matriz que como señala David (2008) ubica los aspectos internos (Fortalezas y Debilidades) de un lado y los aspectos externos (Oportunidades y Amenazas) de otro, de manera que puedan confrontarse para sugerir estrategias que permitan de una u otra forma obtener algún beneficio de aquellos aspectos positivos y disminuir o eliminar en la medida de lo posible aquellos aspectos negativos tanto internos como externos a la organización.

Desde esta perspectiva, para el trabajo de investigación se llevó a cabo un análisis de las entrevistas (Gonzalez, 2011; Montenegro, 2011; Moreno, 2011; Reyes, 2011; Vergara, 2011 y Villalobos, 2011) extrayendo las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

presentes en sus discursos, específicamente los referidos al aspecto económico. Sin embargo, a efectos de la investigación, especialmente en la contribución a la creación de categorías específicas según la información encontrada y por tratarse de un sector particular, se denominaron “acciones de permanencia” a aquellos elementos que se consideraban fortalezas dentro del ámbito económico; “acciones para el fortalecimiento” aquellas oportunidades del entorno; “acciones de poco empuje” a aquellas debilidades encontradas y, finalmente, “acciones que atentan al desarrollo” para aquellas amenazas del entorno.

El cuadro 2 recoge esta categoría y los resultados encontrados, en este sentido, se puede observar como

las acciones de perdurabilidad están relacionadas con: Ajuste de colaboraciones por publicidad según características particulares, esto está referido a que las radios comunitarias han logrado desarrollar como elemento de permanencia en sus comunidades, el establecimiento de tarifas publicitarias considerando las posibilidades y/o disponibilidad financiera de los anunciantes, situación que es contraria en las radios comerciales, en las cuales los costos de publicidad son elevados y no permiten que los pequeños comerciantes los utilicen como medios de promoción.

Otro de los elementos tiene que ver con los convenios con empresas del Estado, como Petróleos de Venezuela (PDVSA), Corporación para el Desarrollo del estado Zulia

**Cuadro 2**  
**Análisis de la situación actual económica**

<b>ACCIONES DE PERDURABILIDAD Y PERMANENCIA</b>	<b>ACCIONES PARA EL FORTALECIMIENTO</b>	<b>ACCIONES DE POCO EMPUJE</b>	<b>ACCIONES QUE ATENTAN AL DESARROLLO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ajuste de colaboraciones por publicidad.</li> <li>• Convenios verbales con entes públicos nacionales.</li> <li>• Actividades productivas adicionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altos precios de publicidad y cesión de espacios en radios comerciales.</li> <li>• Inclusión de la radio en complejos educativos o culturales.</li> <li>• Realización de actividades adicionales para recaudar fondos.</li> <li>• Ofrecimiento de recursos según proyectos presentados ante entes nacionales y/o internacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia de mecanismos de presión para pago puntual de entes nacionales y/o regionales.</li> <li>• Imposibilidad legal para el cobro de espacios cedidos.</li> <li>• Pocos servicios adicionales para obtener recursos o prestados de forma gratuita.</li> <li>• Relación débil con el gobierno local (municipal o estatal).</li> <li>• Información y preparación escasa para la formulación de proyectos.</li> <li>• Imprecisión en definición de roles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia de radios comerciales diferentes a su razón de ser.</li> <li>• Separación de las Organizaciones sociales locales de los medios comunitarios.</li> <li>• Situación económica nacional actual.</li> <li>• Convenios de radios comerciales con entes gubernamentales.</li> </ul>

**Fuente:** extraído de las entrevistas.

(Corpozulia), entre otros; que aunque no son convenios escritos o claramente estipulados entre las partes, siempre benefician a las radios para su sostenibilidad económica; aunado a esto, y para finalizar con las acciones de permanencia, algunas de las radios comunitarias han logrado desarrollar actividades productivas adicionales como proyectos, algunos de ellos orientados a capacitar a miembros de la comunidad, cursos de manualidades entre otros y a través de los cuales se generan relaciones o una contraprestación en especie o metálico que han beneficiado económicamente, coadyuvando a subsistir en el tiempo sufragando de una u otra forma los gastos que enfrentan para su funcionamiento.

La segunda categoría considerada en el cuadro para el análisis situacional es la referente a las acciones para el fortalecimiento u oportunidades, se tiene en primera instancia los altos precios de publicidad y cesión de espacios en radios comerciales, lo cual permite que los productores independientes se interesen en participar en los espacios gratuitos o con costos bajos, ofrecidos por las radios comunitarias; otra de las oportunidades tiene que ver con la inclusión de la radio en complejos mayores, un ejemplo de esto, es el caso de Radio Coquivacoa (Montenegro, 2011) que se encuentra dentro del Centro de Educación Popular (CEP) en la comunidad de Santa Rosa de Agua y ha logrado mantenerse gracias a las actividades de dicho centro.

Como parte de las acciones para el fortalecimiento también se cuenta con las actividades adicionales que pueden realizarse en días festivos, los cuales permiten que las comunidades se integren a la radio a través de las celebraciones familiares o de fechas patrias; para finalizar el caso de las oportunidades se tiene el ofrecimiento de recursos según proyectos en las agencias nacionales/ internacionales, elemento que debe tomarse en cuenta en la búsqueda de financiamiento para el funcionamiento de la radio.

Siguiendo con el análisis en cuanto a las acciones de poco empuje, se tiene en primera instancia la carencia de

mecanismos de presión para lograr el pago puntual por parte de entes nacionales y/o regionales de los convenios de publicidad acordados, en este caso, por no poseer convenios claramente estipulados en muchas ocasiones los pagos son retrasados y afectan el funcionamiento de la radio; continuando con las debilidades, o actividades de poco empuje como fueron denominadas en el presente estudio, se tiene que el Reglamento actual (Chávez, 2001) no permite el cobro de tarifas por espacios cedidos dentro de la radio, lo cual podría de una u otra manera contribuir con el pago de obligaciones adquiridas por servicios públicos y gastos generales de dichas radios. Así como, se señaló entre las fortalezas la importancia del desarrollo de actividades productivas adicionales, esto se convierte en una debilidad cuando estos servicios desarrollados son pocos o se realizan de forma gratuita y no logran cubrir los gastos generales en los que incurre la radio.

Otra de las acciones de poco empuje identificada es la escasa relación con el gobierno local, desaprovechando así la oportunidad de otras contribuciones de organismos públicos para su funcionamiento. La poca información y falta de preparación de las personas involucradas para el planteamiento de proyectos ante entes gubernamentales u organizaciones internacionales que abren convocatorias para financiar el desarrollo de iniciativas sociales como éstas; y finalmente la falta de definición de roles hace que las responsabilidades dentro de la radio no se encuentren claras, desaprovechando estas oportunidades, ya que nadie asume la responsabilidad o por desconocimiento o debido a que en su mayoría las personas que participan en las radios comunitarias laboran como voluntarios, reconociendo, que la satisfacción personal es lo que la motiva a seguir trabajando, pero no proyectan a la radio ni participan en eventos de importancia para su autosostenibilidad.

Para finalizar con el análisis, se presenta la última categoría referente a las acciones que atentan para el desarrollo de las radios (amenazas), encontrándose se tiene que existe la competencia de radios comerciales

diferentes a su razón de ser y que muchas veces cuentan con ofrecimientos económicos a los productores, los cuales se ven atraídos por dichos ofrecimientos y abandonan el trabajo que se realiza en las comunidades a través de la radio comunitaria; por otro lado, las organizaciones sociales, como el caso de los consejos comunales, trabajan por separado queriendo crear sus radios, lo cual reduce la colaboración y cohesión de las comunidades con la radio ya constituida; sin dejar de lado, la situación económica nacional actual, que restringe las colaboraciones de la comunidad para con la radio, a la medida de sus posibilidades, las cuales se han minimizado por la situación descrita; finalizando con el hecho de que algunas radios comerciales poseen convenios con entes gubernamentales y no hay oportunidad de llevar a cabo las pautas de los mismos en las radios comunitarias.

El análisis situacional presentado se estructuró básicamente sobre los ingresos, y/o fuentes de financiamiento, no obstante, existe otro elemento clave en el análisis situacional de las radios comunitarias y es el vinculado a la estructura, pero por estar la misma contemplada en el Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitaria de Servicio Público, sin fines de lucro (Chávez, 2001) no fue considerado dentro del análisis situacional. Es de notar que el artículo 5 exige a las radios comunitarias, constituirse bajo la figura de fundación comunitaria, y que se domicilien en la localidad, entendiéndose para este caso como parroquia donde se preste el servicio, así como un máximo de nueve (9) miembros como órgano de dirección de las fundaciones comunitarias.

En efecto, al ser un mandato de carácter legal, por consiguiente todas las emisoras analizadas se constituyeron bajo una fundación, pero en cuanto a la definición de roles, toma de decisiones y funcionamiento interno, no presentaron uniformidad o estricto apego al reglamento; a pesar de la existencia de unos requerimientos en cuanto a la gestión de las mismas y su forma de actuar, sus relaciones de trabajo varían

discretamente, no con ello se quiere decir que sean opuestas, ni contradictorias.

En su mayoría, tal como se mencionó anteriormente, las personas que participan en las radios comunitarias laboran como voluntarios, reconociendo, que la satisfacción personal es lo que la motiva a seguir trabajando. Afortunadamente, se funciona bajo esta premisa, puesto que los ingresos que obtienen por las pautas publicitarias permitidas, no son suficientes, escasamente alcanzan para cumplir con el pago de alquiler y mantenimiento; motivo por el cual manejar una nómina es cuesta arriba para dichas radios.

Conviene destacar, que para algunas emisoras, la remuneración no es considerada como algo prioritario, se sustentan en la idea del trabajo comunitario, la colaboración; mientras que para otras para poder mantenerse en funcionamiento y cumplir con pautas y cadenas, se requiere el pago de sueldos a por lo menos los operadores.

Ahora bien, es importante comparar lo antes expuesto con la explicación de Geerts y Van Oeyen (2001) sobre el trabajo voluntario. Los autores se refieren al mismo como espontáneo, entusiasta, de esa manera se logra un mayor contacto con la comunidad, esencia de las radios comunitarias; en la mayoría de ellas se cuenta con trabajo voluntario y pocos son asalariados; sin embargo ese esfuerzo particular y personal, no garantiza sostenibilidad.

Si bien la remuneración no es crucial en estas fundaciones, sin embargo es un pilar importante para la sostenibilidad al garantizar en cierta manera la disponibilidad de un personal permanente. Reconocen como uno de los elementos presentes en las radios comunitarias consolidadas institucionalmente, la conformación de un grupo de personal fijo y asalariado. En tal sentido en materia de estructura, funcionamiento interno y remuneración, las radios comunitarias deben considerar este elemento de análisis como una actividad

de poco empuje o debilidad que debe ser mejorada para garantizar la sostenibilidad económica.

Como puede observarse, las radios comunitarias del Municipio Maracaibo presentan un conjunto de elementos relacionados al ámbito económico que permiten plantear una serie de estrategias en pro de la continuidad de las radios y del desarrollo de acciones que potencien los elementos positivos con los que se cuentan y disminuyan o reduzcan en gran medida aquellos elementos que no contribuyen al desarrollo, mantenimiento y crecimiento de las mismas dentro de las comunidades.

#### **4.2. Estrategias propuestas para la autosostenibilidad económica.**

Luego de llevar a cabo el desglose de las acciones internas/externas (positivas/negativas en ambos casos) que se han venido desarrollando en las radios comunitarias del municipio Maracaibo, se plantean un conjunto de estrategias que serán divididas en función de los elementos macro a los que hacen referencia, de manera que los directores de la radio puedan ubicarlas fácilmente e implementarlas para la mejora de las prácticas en materia económica dentro de dichas radios.

##### **En referencia a la Publicidad, se recomienda**

**a)** Llevar a cabo una oferta publicitaria extra-parroquial, en el sentido de ofrecer las pautas publicitarias no solo en la parroquia donde se encuentra la radio, sino también a los comercios de otras parroquias que quieran ser conocidos en la parroquia donde se encuentra la radio.

**b)** Ofrecer descuento por pronto pago a los organismos públicos, para lo cual se propone un baremo que se expresa en la tabla 2.

Uno de los beneficios de esta propuesta es que al presentar de una manera formal los baremos por descuentos ofrecidos obligaría a tener por escrito los convenios aspecto que los beneficia.

##### **Con relación a los Espacios Cedidos, se recomienda**

**c)** Crear cuadro de alternativas de colaboración según los gastos incurridos para el funcionamiento de la radio (electricidad, agua, internet), para lo cual se propone la tabla 3.

##### **Para el caso de Prestación de Servicios, Actividades Productivas y Capacidad Emprendedora, se tiene**

**d)** Ofrecimiento de servicios técnico profesionales en base a listado de la comunidad (oficios), donde puedan integrarse desempleados de la comunidad con soporte de consejos comunales, de manera que pueda tenerse una lista de oficios y aquellas personas dentro de la comunidad que puedan llevarlos a cabo, prestando sus servicios, y beneficiando de una u otra forma la radio.

**e)** Impulsar el emprendimiento a través de cursos para oficios (actividades económicas adicionales) a las comunidades, donde se obtengan colaboraciones;

**f)** Involucrar a la comunidad en talleres de tecnología, de manera que se capacitan para un oficio pero a su vez brindan soporte en el mantenimiento de los equipos de la radio, además de la búsqueda de opciones de capacitación en organismos públicos para el desarrollo de las comunidades;

**g)** Optar al registro de innovadores del Observatorio Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (ONCTI, 2012).

**h)** buscar opciones adicionales de colaboración (rifas, donaciones, prestación de servicios alternos).

##### **En referencia a los Emprendimientos Culturales, se sugiere**

**i)** Realizar eventos en conjunto con gobiernos locales en función de fechas festivas, de manera que se integre la comunidad y a la vez los representantes de los gobiernos locales se interesen por el sector donde se encuentra la radio.

**Con respecto a la importancia de los Convenios con el Estado, es esencial**

j) Realizar convenios de intercambio por publicidad (equipos, infraestructura) y donaciones (realizar cuadro de seguimiento), para lo cual se propone la tabla 3.

**Para el caso de Infraestructura, Planta Fisca y Equipos y Relación con Organizaciones y Empresas, se debe procurar:**

k) Alianza con entes educativos, salud pública o

consejos comunales para uso de espacio físico, de manera que se puedan reducir los costos de mantenimiento de las instalaciones o los mismos puedan ser compartidos.

L) Adquisición de Router para alianza con vecinos, lo cual contribuye a afianzar la relación con la comunidad en la cual se encuentran.

**En relación a la Contribución de las Agencias de Cooperación Nacionales/internacionales, en cuanto a la participación en la convocatoria de proyectos para**

**Tabla 1.**  
**Propuesta de ofrecimiento de pronto pago por concepto de publicidad a entes públicos**

ORGANISMO/ INSTITUCION	COSTO DE PUBLICIDAD D POR MES	PAGO POR ADELANTADO	PAGO 1RA QUINCENA DE MES	PAGO TARDIO	OTRAS
PDVSA	1.000,00	800,00	900,00	1.100,00 (incrementando 100 Bs. Por mes adicional)	(equipo s, entre otros)

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 2.**  
**Propuesta de colaboración para espacios cedidos a productores independientes**

ESPACIO	Electricidad	Agua	Teléfono	Internet	Otros	Total
		100,00	30,00	50,00	100,00	(según sea el caso)
1	20,00	6,00	10,00	20,00		56,00
2						
3						

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 3.**  
**Cuadro de seguimiento de colaboraciones o intercambio por publicidad**

ENTE	COLABORACION		FECHA	RESPONSABLE
	BS.	OTROS		

Fuente: elaboración propia.

**la asignación de recursos debe buscarse:**

m) Actualización de equipos a través de proyectos con el Estado (como el caso de las oportunidades de la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación-LOCTI).

**En lo relativo a la falla existente en la Estructura y Roles, se recomienda:**

n) Actualización de documentación para definir roles y distribución equitativa de actividades, de manera que todos los que participan en la radio pueda aportar o colaborar en el desarrollo de las actividades de forma equitativa, en la búsqueda de su sostenibilidad en el mediano y largo plazo.

En este sentido, todo este conjunto de estrategias propuestas buscan contribuir de una u otra forma en la mejora del funcionamiento de las radios, mejorando en cuanto a la sostenibilidad económica de las mismas, queda de parte de cada uno de los directores de las radios estudiadas tomar en cuenta algunas de ellas para el mejoramiento de su desempeño en el día a día, lo importante es implementar acciones que garanticen de una u otra manera la obtención de recursos que permitan la continuidad de las actividades de la radio, sin dejar de lado que debe también conjugarse con una adecuada sostenibilidad institucional y social para el funcionamiento del sistema en su conjunto.

**5. CONCLUSIÓN**

Aunque en el desarrollo de las radios comunitarias en Latinoamérica se han discutido diversas dimensiones del tema de la sostenibilidad, una de ellas determina el funcionamiento adecuado en el corto, mediano y largo plazo del conjunto de instalaciones que componen la radio y de la obtención de todos aquellos recursos, que se hacen necesarios para su funcionamiento en el día a día, esta sostenibilidad es la que denominamos sostenibilidad económica.

Como pudo observarse en el desarrollo de la investigación, las radios poseen un conjunto de elementos

tanto positivos como negativos en el desarrollo de sus actividades internas y externas, que han determinado de una u otra forma la sostenibilidad desde el punto de vista económico de las mismas en el mediano y largo plazo, este conjunto de acciones se han venido desarrollando empíricamente desde los inicios de su funcionamiento y de una u otra manera han logrado la permanencia de dichas organizaciones en el tiempo, sin embargo, existen acciones que pueden ser fortalecidas en función de la búsqueda de una garantía más certera de dicho mantenimiento en el tiempo, por lo cual, se proponen una serie de acciones o estrategias que beneficiaran las actividades llevadas a cabo y potenciaran los elementos positivos con los que cuentan las radios en el desarrollo de sus actividades.

En este sentido, es importante que las radios puedan documentar sus convenios con los entes del Estado, impulsen el emprendimiento cultural, desarrollen una red con la comunidad para la prestación de servicios o ampliación de los oficios de su comunidad en la prestación de actividades productivas que puedan beneficiar tanto al ciudadano como a la radio. Esta sostenibilidad económica por otro lado no puede desvincularse de la sostenibilidad institucional y social, debido a que en conjunto garantizaran la continuidad de las organizaciones.

De cualquier forma, la radio debe convertirse en un espacio de participación de las comunidades y solo la vinculación efectiva con las mismas garantizará el soporte necesario para que dichas comunidades defiendan su radio como herramienta comunicacional para el desarrollo de sus capacidades y para el mejoramiento de su propia vida en comunidad, es la misma comunidad quien a través de una vinculación efectiva exigirá o demandará el aporte de los organismos estatales para el mantenimiento de dichas radios a través del tiempo.

**5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Asamblea Nacional Constituyente. (1999). Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta

- Oficial Extraordinaria No. 5453 el 24 de Marzo de 2000.
- Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica y Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe (ALER y AMARC ALC) (2008). *Atrapa Sueños. La Sostenibilidad de las radios populares y Comunitarias*. Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica. Buenos Aires.
- Chávez, Hugo. (2001) Reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta comunitaria de Servicio Público, sin fines de lucro. (Gaceta Oficial N° 37.359 del 8 de enero de 2002) Decreto N° 1.521 03 de noviembre de 2001.
- Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). (2011). Listado de radios comunitarias habilitadas. En: [http://www.conatel.gob.ve/files/solicitudes/habilitaciones/Medios\\_Comunitarios\\_Habilitados\\_actualizado.pdf](http://www.conatel.gob.ve/files/solicitudes/habilitaciones/Medios_Comunitarios_Habilitados_actualizado.pdf) (Consultado el 08 -05- 2011).
- David, Fred. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Education.
- Galdón, Gabriel. (2001). *Introducción a la comunicación y a la información*. Madrid: Ariel comunicación.
- González, Saúl. (2011). Entrevista. Director de La Voz del Pueblo. Maracaibo, Venezuela.
- Montenegro, Justo. (2011). Entrevista. Director de Coquivacoa FM. Maracaibo, Venezuela.
- Moreno, Maria. (2011). Entrevista. Directora de Acción FM. Maracaibo, Venezuela.
- Muñoz, José y Villegas, Esmeralda. (s/f). *Sostenibilidad Social y cultural de la Radio Comunitaria*. Material de estudio. Colombia: Universidad Industrial de Santander.
- Observatorio Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (ONCTI). (2012). Registro para innovadores. En: <http://oncti.gob.ve/oncti/> (Consultada el 08-03- 2012).
- Reyes, Levy. (2011). Entrevista. Director de Curva Stereo. Maracaibo, Venezuela.
- Rivadeneira, Raul. (2002). *La opinion publica. Analisis, Estructura y metodos para su estudio*. Mexico: Editorial Trillas.
- Strauss, Anselm y Corbin, Juliet. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
- Useche, Maria Cristina y Artigas, Wileidys. (2011). "Visión sistémica del surgimiento de las Radios Populares, Alternativas y Comunitarias en el estado Zulia". *Revista Venezolana de Gerencia*. Año 16, No. 54, pp 306-320.
- Vergara, Ayan. (2011). Entrevista. Director de Tropical FM. Maracaibo, Venezuela.
- Villalobos, Rafael. (2011). Entrevista. Director de Samide FM. Maracaibo, Venezuela.