



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

**INTERVENCIÓN DE LOS MEDIOS IMPRESOS DE LOS VALLES DEL
TUY EN LA FORMACIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL:
CASO CORPOELEC-MIRANDA**

Trabajo especial de grado para optar
al título de Licenciada en Comunicación Social,
presentado por la Br. Yormaibeth Esparragoza P.
y la Br. Thaira C. Torrealba M.

Tutor: Prof. Luis A. Santiago A.

Junio 2012

*...Y así después de tanto, un día como cualquier otro decidí triunfar...
Decidí no esperar a las oportunidades sino yo mismo buscarlas,
Decidí ver cada problema como una oportunidad de encontrar una solución,
Decidí ver cada desierto como una oportunidad de encontrar un oasis,
Decidí ver cada noche como un misterio a resolver,
Decidí ver cada día como una nueva oportunidad para ser feliz
(Walt Disney)*

*...Y hoy nosotras decidimos que este no es el final de una meta,
sino el comienzo de muchas otras*

RESUMEN

El presente trabajo, busca efectuar una aproximación a la intervención que tienen los medios impresos de los Valles del Tuy, en la formación de la imagen institucional percibida por los públicos de Corpoelec-Miranda en un período de 6 meses. Para este fin, se contará con un sustento teórico, que defina: qué son las organizaciones, Empresa Corpoelec como organización estatal, qué es la imagen organizacional, la importancia de la imagen a nivel organizacional, los públicos, su clasificación, y tipos, entre ellos los medios de comunicación social como actor importante en la formación de la imagen. Para culminar el sustento teórico, se explorará qué es el discurso, sus características los niveles del discurso y el enfoque semántico pragmático del análisis del discurso planteado por la autora Lourdes Molero.

El método de la investigación será cuantitativo con un trabajo de campo de carácter exploratorio, que utilizará la observación para aproximarse al objeto de estudio. El trabajo contará con dos universos, el primero estará comprendido por los medios impresos de los Valles del Tuy, efectuando un análisis lexical a la muestra seleccionada, los diarios La Voz y Últimas Noticias, el cual servirá para diseñar el cuestionario que se le aplicará al segundo universo, los usuarios del servicio eléctrico en los Valles del Tuy, tomando una muestra exploratoria de 200 personas.

Los resultados del análisis lexical y la encuesta permitieron evidenciar que la prensa utiliza pocos adjetivos para referirse a Corpoelec-Miranda; un segundo aspecto a destacar, es que en términos generales los adjetivos que se utilizan en la prensa, para hacer referencia a Corpoelec-Miranda, tiene un matiz negativo; cosa que concuerda con el estudio de opinión donde 78,3% de los encuestados valoran el desempeño de esta empresa como terrible, pésimo o irregular.

Palabras Claves: Imagen, Organizaciones Públicas, Medios de Comunicación Social, Públicos, Opinión Pública, Análisis Lexical.

ABSTRACT

The present work pursues to realize an approximation to the intervention that the press media has in Los Valles del Tuy, in the formation of the institutional image perceive by the publics of Corpoelec-Miranda, in a period of 6 months. With this end, will count with a theorist sustenance that defines: what the organizations are, Corpoelec Enterprise as a state organization. organizational image, the importance of the image in an organizational level, the publics, their classification and types, and between them the media as an important actor in the formation of the image. To culminate the theorist sustenance, will explore what is the discourse, their characteristics, the levels of the discourse and the semantic pragmatic approach of the discourse analysis propose by the author Lourdes Molero.

The investigation method is quantitative with a field work of explorative character that will use the observation to approximate to the object of the study. The work will count with two universes, the first will be integrated by the press media of Los Valles del Tuy, making a lexical analysis to the selected sample, the diaries La Voz y Últimas Noticias, that will serve to design the questionnaire that will be apply to the second universe, the users of the electrical service of Los Valles del Tuy, taking an explorative sample of 200 persons.

The results of the lexical analysis and the survey allows to evidence that the press uses few adjectives to refer to Corpoelec-Miranda; a second aspect to highlight is that in general terms the adjectives that are use in the press, to refer to Corpoelec-Miranda, has a negative tone; which agrees with the study of opinion where 78,3% of the respondents values the performance of the enterprise as terrible, abysmal or irregular.

Key words: Image, Public Organizations, Mass Media, Publics, Public Opinion, Lexical Analysis.

AGRADECIMIENTOS

Los agradecimientos son aquellas últimas palabras que deseas plasmar una vez has visto tu trabajo culminado, sin embargo en nuestro caso ha sido diferente. Mucho antes de tener las conclusiones ya sabíamos que teníamos muchas cosas que agradecer y mucha gente a quién agradecerles.

Antes que nada, queremos darle las gracias a Dios, sin su gloria nada de esto sería posible. Fue él quien nos dio esperanza y fortaleza, y puso en nuestros hombros el peso que sabía que podríamos cargar.

A nuestros padres, ustedes que durante veinti tantos años han velado y cuidado de nosotras. Nos han enseñado lo que no se aprende en ninguna universidad, el valor de la familia. Padres que con devoción y sacrificio se han convertido en las alas que necesitábamos para poder alcanzar nuestra meta. Los amamos profundamente.

A nuestro tutor, Luis Santiago. Tú que decidiste creer en nosotras y nos apoyaste. Fuiste un pastor que no sólo nos mostró el camino a seguir, sino que nos guió a través de él para que no nos perdiéramos. Gracias por tu confianza y dedicación.

A Juan y Edgar, por su apoyo y compromiso, gracias por ser más que unos novios, ustedes fueron los pilares que nos llenaron de fuerza y calma en los momentos más angustiantes.

A todos aquellos profesores y compañeros que dejaron huellas en nuestras vidas, que nos enseñaron no sólo a ser comunicadoras, sino a ser mejores personas, más humildes y aceptar nuestros errores.

A Jessica Márquez, compañera incondicional, siempre tan dispuesta a ayudar. Eres grande, inteligente y talentosa, y lo más importante sientes orgullosa de quien eres, recuerda eso cada instante de tu vida.

A un par de compañeros muy especiales, Gus y Mary. Fue por ustedes que encontramos el pastor que necesitábamos, y se convirtieron en luz que nos ayudó a transitar el camino de la tesis.

A nuestros amigos, vecinos, familiares y compañeros Ucevistas de los Valles del Tuy, sus respuestas nos permitieron obtener los resultados que necesitábamos.

A las periodistas de la Coordinación de Asuntos Comunicacionales de Corpoelec-Miranda, en especial a la Lic. María Esperanza Rondón, gracias por el apoyo brindado al permitirnos el acceso sus archivos de prensa.

Por último, pero no menos importante, queremos agradecernos la una a la otra. Nosotras somos la constatación de que no toda organización se mueve hacia su caos o destrucción, no fuimos entrópicas. Por el contrario, nuestra amistad se hizo más grande, hermosa y duradera. Gracias por la paciencia.

Yorma y Thai ♥

ÍNDICE

<u>Resumen</u>	<u>iii</u>
<u>Abstract</u>	<u>iv</u>
<u>Agradecimientos</u>	<u>v</u>
<u>Índice</u>	<u>vii</u>
<u>Introducción</u>	<u>xi</u>
<u>Capítulo 1. Planteamiento del Problema</u>	<u>14</u>
1.1. <u>El Problema</u>	<u>14</u>
1.2. <u>Objetivos de la investigación</u>	<u>20</u>
1.2.1. <u>Objetivo General</u>	<u>20</u>
1.2.2. <u>Objetivos Específicos</u>	<u>20</u>
<u>Capítulo 2. Marco Teórico</u>	<u>21</u>
2.1. <u>Antecedentes</u>	<u>21</u>
2.2. <u>Bases Teóricas</u>	<u>24</u>
2.2.1. <u>Organizaciones</u>	<u>24</u>
2.2.1.1. <u>¿Qué son las organizaciones?</u>	<u>25</u>
2.2.1.2. <u>Las organizaciones desde la Teoría de Sistemas</u>	<u>26</u>
2.2.1.3. <u>¿Qué son las organizaciones gubernamentales</u>	<u>29</u>
2.2.1.4. <u>Objetivo de las organizaciones gubernamentales</u>	<u>30</u>
2.2.1.5. <u>Corporación Eléctrica Nacional (Corpoelec)</u>	<u>31</u>
2.2.1.6. <u>Corpoelec como sistema</u>	<u>34</u>
2.2.2. <u>Imagen organizacional</u>	<u>35</u>
2.2.2.1. <u>Definición de imagen organizacional</u>	<u>35</u>
2.2.2.2. <u>Tipos de imagen</u>	<u>39</u>
2.2.2.3. <u>Diferencia entre imagen e identidad</u>	<u>41</u>
2.2.2.4. <u>Importancia de la imagen en las organizaciones</u>	<u>43</u>
2.2.3. <u>Públicos</u>	<u>45</u>

2.2.3.1. <u>Definición de públicos</u>	45
2.2.3.2. <u>Tipos de públicos</u>	47
2.2.4. <u>Opinión pública</u>	52
2.2.4.1. <u>Opinión</u>	52
2.2.4.2. <u>¿Qué es opinión pública?</u>	53
2.2.4.3. <u>¿Cómo se genera la opinión pública?</u>	54
2.2.4.4. <u>Importancia de la opinión pública para la imagen institucional</u>	58
2.2.5. <u>Medios de comunicación</u>	60
2.2.5.1. <u>Definición de medios de comunicación</u>	60
2.2.5.2. <u>Tipos de medios de comunicación</u>	61
2.2.5.3. <u>Proceso de comunicación (modelo de Wilbur Schramm)</u>	63
2.2.5.4. <u>Medios de comunicación social como generadores de opinión pública</u>	66
2.2.5.5. <u>Intervención de los medios de comunicación social en la percepción de la imagen</u>	68
2.2.6. <u>El discurso</u>	72
2.2.6.1. <u>Definición de discurso</u>	73
2.2.6.2. <u>Características del discurso</u>	73
2.2.6.3. <u>La noticia como discurso</u>	75
2.2.6.4. <u>Análisis del discurso</u>	76
2.2.6.5. <u>Niveles del discurso</u>	76
2.2.6.5.1. <u>Nivel gramatical</u>	77
2.2.6.5.2. <u>Nivel semántico</u>	77
2.2.6.5.3. <u>Nivel pragmático</u>	80
2.2.6.5.4. <u>Micro y macro estructuras</u>	82
2.2.6.6. <u>Enfoque semántico-pragmático</u>	83
<u>Capítulo 3. Marco Metodológico</u>	85
3.1. <u>Tipo de Investigación</u>	85
3.2. <u>Período de la investigación</u>	85

3.3.	<u>Fases de la investigación</u>	86
3.4.	<u>El universo</u>	86
3.5.	<u>Muestra</u>	87
3.6.	<u>Técnicas e instrumento de recolección de datos</u>	88
3.6.1.	<u>Análisis Semántico-Pragmático</u>	89
3.6.1.1.	<u>Niveles de análisis</u>	89
3.6.1.1.1.	<u>Nivel referencial</u>	89
3.6.1.1.2.	<u>Nivel conceptual</u>	90
3.6.1.1.3.	<u>Nivel lingüístico</u>	90
3.6.1.1.4.	<u>Nivel discursivo</u>	91
3.6.1.2.	<u>Análisis lingüístico</u>	91
3.6.1.2.1.	<u>Léxico</u>	91
3.6.1.2.2.	<u>Campos léxicos-semántico</u>	93
3.6.1.3.	<u>Encuesta</u>	94
3.7.	<u>Validez y confiabilidad</u>	95
3.8.	<u>Análisis de los resultados</u>	96
	<u>Capítulo 4. Resultados</u>	97
4.1.	<u>Matrices lexicales</u>	97
4.1.1.	<u>Procesamientos previos</u>	97
4.1.1.1.	<u>Selección del corpus</u>	97
4.1.2.	<u>Matriz para identificar dominios de origen léxico y levantamiento de campos léxicos</u>	97
4.2.	<u>La Encuesta</u>	105
4.2.1.	<u>Procesamientos previos</u>	105
4.2.1.1.	<u>Selección del corpus</u>	105
4.2.2.	<u>Diseño de la encuesta</u>	105
4.2.3.	<u>Resultados de la encuesta</u>	108
	<u>Capitulo 5. Conclusiones</u>	128

<u>Referencias Bibliográficas</u>	<u>133</u>
<u>Índice de cuadros y gráficos</u>	<u>141</u>
<u>Anexos</u>	<u>143</u>

INTRODUCCIÓN

Para Gómez y Villalobos, (1998:91) “la imagen corporativa viene a ser el resultado de todas las impresiones, conocimientos, conceptos, sentimientos y creencias que tienen los individuos sobre una organización. Esta imagen pudiera tener connotaciones buenas o malas”.

A partir de esto, debe resaltarse la trascendencia que tiene para toda organización la difusión de una imagen positiva, relevancia que se hace aún mayor cuando se habla de las instituciones gubernamentales, ya que éstas son administradas por el Estado con los recursos de la Nación, y por ende su imagen positiva o negativa influirá directamente en la percepción que los venezolanos tengan sobre la gestión del Gobierno Nacional.

Corpoelec como empresa estatal se encarga de la producción, distribución y comercialización del suministro de electricidad en todo el país. Cabe acotar que el servicio eléctrico se ha vuelto básico e indispensable en nuestra sociedad, lo que hace comprensible que éste sea fuente constante de noticias para los medios de comunicación social, dada la proximidad, la relevancia social y el interés colectivo que genera al impulsar la maquinaria del Estado.

Con respecto a los medios de comunicación social, es importante destacar lo que apunta el autor Iván Abreu Sojo, cuando señala que “no se puede hacer una separación tajante entre la función de relevo en el flujo de la información y la influencia sobre las opiniones” (Abreu, 2009:99), y por ende en la percepción que tienen los usuarios de la imagen. Los medios a través de la difusión de mensajes, no sólo participan en el proceso de creación de la imagen de la empresa, sino también en la formación de opiniones en los distintos públicos consumidores, al marcar los temas que son relevantes para ser colocados en la palestra pública.

Es precisamente por la relevancia social y la influencia que tienen estos actores, que se ha escogido realizar una exploración de los medios de comunicación social como factores influyentes en la imagen que perciben los usuarios de la

Empresa Eléctrica Socialista Corpoelec, tomando como caso de estudio la estatal eléctrica ubicada en el estado Miranda.

Por otra parte, las investigadoras han estructurado el marco teórico de esta exploración con el concepto de organizaciones, su abordaje desde la Teoría de Sistemas, la definición de organizaciones gubernamentales y su objetivo, además de la Empresa Corpoelec como organización estatal y como sistema. Asimismo se especificará qué es la imagen organizacional, los tipos, la diferencia entre imagen e identidad y la importancia de la imagen a nivel organizacional.

De igual forma, se definirá qué son los públicos y su clasificación, con el objeto de conocer la imagen organizacional que cada uno de éstos se crea y el proceso comunicativo que se da entre éstos y los medios de comunicación social tras tomar como referencia el modelo de Schramm. También se abordarán los medios de comunicación social como generadores de opinión pública y su intervención en la percepción de la imagen.

Finalmente, dicho marco teórico explorará qué es el discurso, sus características y la noticia como discurso. Además, se incluyó dentro de las bases teóricas, el análisis del discurso, los niveles del discurso (gramatical, semántico, pragmático y las micro y macro estructuras) y el enfoque semántico pragmático del análisis del discurso planteado por la autora Lourdes Molero.

Del mismo modo, el método de la investigación será cuantitativo con un trabajo de campo de carácter exploratorio, que utilizará la observación para aproximarse al objeto de estudio. En este mismo orden de ideas, se contará con dos universos, el primero estará comprendido por los medios impresos de los Valles del Tuy, efectuando un análisis semántico a través de una matriz lexical a la muestra seleccionada -los diarios La Voz y Últimas Noticias-; el segundo universo lo conformarán los habitantes de los Valles del Tuy, y se escogerá una muestra exploratoria de 200 personas para realizar un sondeo de opinión que permita

corroborar si los medios influyen en la percepción que éstos tienen de la estatal eléctrica mirandina.

Se quiere dar inicio a esta investigación resaltando que con la evolución de la sociedad y las tecnologías, el servicio eléctrico ha cobrado importancia en cada uno de los ámbitos de día a día y ha adquirido una gran relevancia para el ser humano. De la electricidad depende no sólo el ámbito doméstico -como la conservación de alimentos-, sino también las industrias -maquinarias eléctricas-, el transporte -metro y ferrocarril-, la vialidad urbana -semáforos-, los centros de salud -hospitales, clínicas y dispensarios-, entre otros.

CAPÍTULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. El Problema

El gobierno venezolano, como administrador de los recursos del Estado, tiene el deber de velar por la creación y el cumplimiento de políticas públicas que beneficien y optimicen el estilo de vida de los habitantes del país.

Entre estas políticas, deben incluirse de manera obligatoria aquellas referidas a los derechos y necesidades de los ciudadanos como alimentación, vivienda, acceso a los centros de salud y a los servicios básicos, además del buen funcionamiento de las instituciones que están bajo su amparo y que son administradas con los recursos de la Nación.

Dentro de estas instituciones estatales, se encuentran muchas empresas o corporaciones, las cuales independientemente de las metas particulares que puedan trazarse, deben perseguir siempre el objetivo fundamental de prestar un servicio o crear un producto de calidad que beneficie a sus consumidores o compradores, y que proporcione a los venezolanos las herramientas necesarias para su autodesarrollo y evolución del país.

En la sociedad venezolana, uno de los servicios indispensables para poder alcanzar esta meta es la electricidad, por abarcar no sólo el ámbito de lo doméstico, sino además la recolección de materia prima, la transformación y producción de la misma para satisfacer las crecientes necesidades del ser humano y activar la maquinaria que impulsa al Estado.

Como ejemplo de ello, la Empresa Eléctrica Socialista Corpoelec es un ente estatal cuyo objetivo primordial es ofrecer a sus usuarios y usuarias la producción, distribución y comercialización del suministro eléctrico. Por ser su alcance nacional y sus usuarios todos los habitantes del país, la relación de Corpoelec con éstos cobra una importancia suprema para su funcionamiento.

Los públicos de cualquier organización, sea privada o pública como es el caso de Corpoelec, decodifican las informaciones recibidas del entorno en un proceso de

interacción continuo entre actores, las interpretan según su experiencia y conocimientos y, partiendo de esto, generan una referencia, cargada valorativamente en casi todos los casos, de dicha organización, que puede definirse como imagen.

El tema de la imagen y su trascendencia comercial no es nuevo. "Surgió desde el origen de la Humanidad, aunque sólo se comenzó a trabajar de forma profesional desde que Newton Marguiles (1980) iniciara los estudios sistemáticos sobre la influencia de la imagen en el buen éxito de los negocios" (Gómez, 2008:7).

Es importante destacar, que la interacción directa entre usuario y organización no es el único responsable de la imagen que los públicos tienen de éstas, pues en este proceso de construcción existen varios elementos como la relación con otros actores. Partiendo de esto, Joan Costa explica que la imagen organizacional es un conjunto de percepciones, sensaciones y experiencias, que dependen de la creación de imágenes mentales "producto de la memoria, de la sedimentación en la conciencia y de la imaginación" (Costa, en Díaz, 2003:31).

En el mundo empresarial, la imagen ha cobrado un papel de vital relevancia, pues de ella depende la recordación de la empresa, las marcas o productos que ofrece, las ventas y ganancias, la difusión de su cultura corporativa, el posicionamiento y la sobrevivencia en un mercado lleno de competidores.

Ahora bien, ¿cómo se traslada este caso a las instituciones públicas, más aún aquellas que no poseen competencia en el mercado por ser las únicas oferentes y fabricantes de un producto o servicio?

Para toda organización es trascendental la difusión de la imagen. Esta relevancia se hace aún mayor cuando se habla de una empresa operada por el Estado venezolano con los recursos de la Nación, porque la imagen positiva o negativa que la organización tenga, influirá en la percepción que la sociedad venezolana se forme de la gestión del Gobierno Nacional.

Cabe destacar que en toda democracia la apreciación de la imagen influye directamente en la relación entre el Estado, el Gobierno y la sociedad, pudiendo

afectar la permanencia de un Gobierno en el poder (posibles reelecciones e inclusive la salida antes de tiempo a través de un revocatorio).

Corpoelec en los últimos años ha procurado una serie de cambios en su estructura, especialmente tras la fusión de las 14 empresas -tanto privadas como públicas- encargadas del servicio eléctrico regional, obteniendo así un alcance nacional sin precedentes en la distribución del suministro eléctrico. Esta integración fue llevada a cabo el 31 de julio del 2007, cuando todo el servicio eléctrico pasó a manos del Estado con la publicación en Gaceta Oficial de la creación de Corpoelec. La Corporación Eléctrica Nacional -actualmente Empresa Eléctrica Socialista Corpoelec- se inicia como una compañía “operadora estatal encargada de la realización de las actividades de generación, transmisión, distribución y comercialización de potencia y energía eléctrica” (Gaceta Oficial N°355.883, Decreto N° 5.330).

Desde el último trimestre del año 2009, esta empresa ha venido presentando fallas en el servicio, que han sido adjudicadas a diferentes factores como el aumento de la demanda, la mala administración del servicio y fenómenos climáticos entre los que destaca El Niño, que según la Organización Meteorológica Mundial llegó a la región venezolana desde agosto de 2009, trayendo consigo un incremento en las temperaturas y una disminución de las precipitaciones. (*Responsables de la hidrología y meteorología de Suramérica se reúnen en Venezuela*. Disponible en el URL:http://www.minamb.gob.ve/index.php?option=com_content&task=view&id=1761&Itemid=43 [consulta el 21 de octubre de 2011]. De igual manera, este fenómeno provocó descensos en los niveles de agua en el territorio nacional y especialmente en la Central Hidroeléctrica “Simón Bolívar”, de la cual depende un 70% de la energía eléctrica nacional, según un boletín informativo publicado por el Ministerio del Poder Popular para la Energía Eléctrica (*Ahorrar energía es tarea de todos y todas*. Disponible en el URL: <http://www.bnv.gob.ve/pdf/Emergenciael.pdf> [consulta 21 de octubre de 2011]).

Esta situación desencadenó que el Mandatario Nacional, Hugo Rafael Chávez Frías, decretara “emergencia eléctrica nacional” el 8 de febrero del 2010 (Gaceta Oficial N°39.363, Decreto N° 72.228), tomando medidas como el racionamiento del servicio en algunas regiones del país, la exigencia de bajar el consumo de electricidad en un mínimo del 10%, además de una inversión de más de cuatro mil millones de dólares para la construcción de plantas termoeléctricas (*Ahorrar energía es tarea de todos y todas*. Disponible en el URL: <http://www.bnv.gob.ve/pdf/Emergenciael.pdf> [consulta 21 de octubre de 2011]).

A partir de estos tres momentos en concreto Corpoelec se convirtió en un foco de atención para uno de sus públicos, los medios de comunicación social. En ellos se ha generado un flujo constante de noticias, dada la proximidad, el interés humano y la relevancia social que trae consigo un servicio de primera necesidad como lo es el suministro de la energía eléctrica.

Es en este contexto que cobran sentido los postulados de la autora Elizabeth Noelle Neumann, cuando dice que “los medios [...] influyen directamente en la audiencia, pueden reflejar y transformar la realidad e influir en el clima de opinión, y como mediadores en el espacio público hacer creer a la población que la imagen que difunden es un reflejo fiel de la realidad. Por consiguiente, los medios de comunicación social producen un efecto importante sobre el clima de opinión” (Noelle, en Abreu, 2009:106). Consecuentemente, se puede apuntar la relevancia que tienen los medios de comunicación social en la percepción de la imagen organizacional, no sólo como difusores de información, sino además como generadores de matrices de opinión, que pueden afectar de manera positiva o negativa, la imagen que perciben los usuarios de la Empresa Eléctrica Socialista. Como menciona Jean-Noël Kapferer (1995:33), “es suficiente saber que tal o cual empresa ha tenido un mal año, o escuchar hablar de una larga huelga para tener una imagen negativa de la empresa en cuestión”.

Asimismo, D'Adamo, García y Freidengerg (2007) exponen que “Los medios no sólo comunican, sino que también generan corrientes de opinión y formas de interpretar los sucesos”. En este mismo orden de ideas, Lazarfeld y Katz (1979:35) plantean la existencia de un líder de opinión y su distribución entre los pueblos para persuadir. Señalan que "todas las relaciones interpersonales son marcos de comunicación en potencia y un líder de opinión está mejor definido como el miembro de un grupo que desempeña un rol clave en las comunicaciones". Partiendo de lo anterior, se puede considerar que los medios de comunicación social ejercen la función de líderes de opinión, siendo ésta la expresión o verbalización de la imagen institucional construida por los públicos.

De la realidad expuesta, no escapa la zona de Corpoelec-Miranda, donde las fallas del servicio, los racionamientos del suministro eléctrico, las labores de cambio de bombillos incandescentes por ahorradores y los talleres de ahorro energético, entre otros acontecimientos, han inundado de noticias las páginas de algunos periódicos de la región.

Partiendo de esto, el grupo investigador se ha formulado la siguiente interrogante: ¿Los medios impresos de los Valles del Tuy intervienen en la formación de la imagen institucional de Corpoelec-Miranda, y sí lo hacen de qué manera?

La zona geográfica Valles del Tuy está conformada por 6 municipios: Independencia, Paz Castillo, Cristóbal Rojas, Simón Bolívar, Tomás Lander y Rafael Urdaneta, que para el censo de 2001 éstos tenían una población de 592.133 habitantes (Disponible en el URL: http://www.ine.gov.ve/seccion/menuprincipal.asp?nedo=15&nvalor=2_1&seccion=2 [consulta 1 de octubre de 2011]). Por su parte, el Instituto Nacional de Estadística (INE) proyecta que en 2011 dicha población ha aumentado a 728.088, 24% de la población mirandina, siendo estos habitantes el total de usuarios que dependen de Corpoelec-Miranda para poder abastecerse del suministro de electricidad (Disponible en el URL:

http://www.ine.gov.ve/seccion/menuprincipal.asp?nedo=15&nvalor=2_1&seccion=2
[consulta 1 de octubre de 2011]).

Entre los 728.088 usuarios se encuentran las investigadoras, motivo por el cual el tema tiene una afectación directa. Además, existe accesibilidad a informaciones de carácter interno de la organización que puedan necesitarse en el desarrollo de la investigación, debido a que una de las integrantes del grupo formó parte de la plantilla de pasantes de la Empresa Eléctrica Socialista Corpoelec-Miranda, lo que ayuda a solventar una de las limitaciones más frecuentes cuando se trabaja con organizaciones, el acceso a personal autorizado y a la información interna.

Otra de las limitaciones de esta investigación es determinar qué cantidad de personas están recibiendo los contenidos publicados por los medios impresos regionales de los Valles del Tuy referentes a Corpoelec. Sin embargo, los periódicos emiten cierta cantidad de ejemplares denominado tiraje, que permite estimar el número de personas que adquieren el medio, y por ende el número de usuarios del servicio eléctrico que leen las noticias allí publicadas referentes a la estatal eléctrica.

Asimismo, tomando en cuenta que este trabajo se fundamenta en el monitoreo de medios impresos, pudiese presentarse cierta dificultad para conseguir todos los ejemplares de los diarios seleccionados para el análisis. Esta limitante se puede solventar en las Hemerotecas Nacionales, institucionales o de las diferentes universidades, así como también con los archivos retrospectivos existentes en algunas páginas Web de los medios de comunicación social.

Por último, se considera como factor limitante los paros o suspensión de actividades académicas, administrativas y de investigación que prohíben a las autoras el acceso a materiales académicos que se encuentren en las bibliotecas y centros de documentación de la Universidad Central de Venezuela. Aunque este factor escapa de las manos del grupo investigador, se pueden consultar las bibliotecas y centros de

otras universidades caraqueñas en busca satisfacer los requerimientos informativos para este trabajo.

1.2. Objetivos de la Investigación

1.2.1. General:

Explorar la intervención de los medios impresos de los Valles del Tuy, en la formación de la imagen institucional de Corpoelec-Miranda entre julio y diciembre de 2011.

1.2.2. Objetivos Específicos:

1. Identificar a través de un monitoreo de medios, los contenidos informativos referentes a Corpoelec-Miranda, en los medios impresos de los Valles del Tuy.
2. Analizar cuantitativamente el contenido de las noticias identificadas en los medios impresos, a través de una matriz lexical.
3. Conocer las valoraciones que tienen los lectores de medios impresos de los Valles del Tuy, sobre Corpoelec-Miranda, a partir de un estudio de opinión.
4. Determinar partiendo de la información recabada, la intervención de los medios impresos de los Valles del Tuy en la formación de la imagen percibida por los públicos de Corpoelec-Miranda.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Después de una revisión de los trabajos especiales de grado encontrados en la Biblioteca Central de Venezuela y la Biblioteca Gustavo Leal de esta misma casa de estudio, se consideraron como antecedentes de esta investigación los siguientes trabajos:

El primero fue realizado por María López Cárdenas en el año 2006, para optar por el título de Socióloga.

López, M. (2006) *Imágenes cambiantes de la industria petrolera venezolana, en un estudio de la prensa escrita nacional*. Trabajo especial de Grado para optar por la Licenciatura en Sociología. Universidad Central de Venezuela. Núcleo de Caracas.

Esta investigación se basa en un análisis de la cobertura de la prensa escrita venezolana sobre el tema petrolero, durante los años: 1997, 1999 y 2001; a través de los diarios de mayor de circulación nacional: 'El Nacional' y 'Últimas Noticias'. El objetivo que se traza la autora, es el de reconstruir las(s) agenda (as) que se establecieron estos medios impresos referente al petróleo.

Para lograr estos fines, López utilizó una estrategia metodológica multimétodos, que define su investigación como descriptivo-exploratoria. Los contenidos teóricos que abordaron fueron los siguientes: comunicación de masas desde un enfoque sociológico, el estudio sobre la comunicación de masas, la sociología de la comunicación de masas, la comunicación de masas y la comunicación política, la agenda setting y los encuadres periodísticos, construcción mass mediática desde una estrategia multimétodos, los medios masivos y el consumo cultural. Luego de aplicada la metodología planteada, la autora pudo concluir que en Venezuela el tema petrolero ha tenido una gran inclinación política; asimismo destacó el alto grado de interés que tiene en la prensa la apertura petrolera, en relación a otros temas referentes al petróleo.

El segundo de los antecedentes considerados para la presente investigación, se trata de un trabajo especial de grado para optar por el título de Licenciado en Comunicador Social, realizado en el año 2004 por Julio Berris.

Berris, J. (2004) *Análisis sobre la percepción de la imagen corporativa de SENIAT por parte de sus clientes externos*. Trabajo especial de Grado para optar por la Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Núcleo de Caracas.

El autor comenzó explicando que la proyección de una imagen de excelencia, honestidad y calidad es un elemento indispensable de la cultura organizacional, en especial si se refiere a una institución estatal que tiene una acción fiscalizadora y recaudadora. Con éste planteamiento se definió el objetivo general de este trabajo, centrado en “determinar cómo percibe la imagen del SENIAT, tal y como esta institución estatal la pretende proyectar ante los contribuyentes”.

La sustentación teórica utilizada estuvo apoyada en los principios básicos de la imagen corporativa, destacando elementos como la cultura corporativa y la identidad visual como factor determinante de la imagen, la imagen de las instituciones del Estado, opinión pública e imagen corporativa, proceso de comunicaciones del SENIAT, público externo de ésta institución, la historia, misión, visión, objetivos y valores de la misma. En cuanto a la metodología, se trató de una investigación descriptiva, mientras que el universo estuvo conformado por los visitantes del SENIAT (sede Los Ruices), y la muestra la integraron 100 personas –seleccionados al azar- que visitaban la oficina antes mencionada y de estas sólo 35 aceptaron participar en la encuesta.

Una vez aplicado el instrumento, se pudo llegar a los siguientes resultados: Berris consideró a los siguientes 17 elementos como relevantes para la imagen corporativa del SENIAT: 1. Trato del personal hacía el público; 2. Atención de los reclamos; 3. Calidad del servicio; 4. Suficiencia de Información; 5. Justicia en la

imposición de gravámenes; 6. Confidencialidad en el sistema de recaudación; 7. Equidad del sistema de recaudación; 8. Institución modelo para el país; 9. Prestigio del SENIAT ante el contribuyente; 10. Gestión transparente del SENIAT; 11. Profesionalismo de los empleados del SENIAT; 12. Sentido de compromiso de la institución con el bienestar del país; 13. Modernidad de los sistemas de recaudación; 14. Sinceridad con los contribuyentes; 15. Vocación del servicio; 16. Excelencia institucional; 17. Productividad para el país. Con respecto a estos elementos, aproximadamente el 40% de los encuestados tienen una percepción positiva de la imagen corporativa del SENIAT, un 35% considera que no es ni positiva ni negativa, mientras que el 25% percibe la imagen de la empresa de forma negativa.

Partiendo de esto el autor concluye que la identidad de la empresa no está reflejada con la auténtica dimensión y potencial que se debe y la realidad de la empresa es mejor a la imagen que proyecta.

El último antecedente, también es un trabajo especial de grado para optar por el título Licenciado en Comunicación Social, escrito por las autoras Sonia Araujo y Luisa Maracara en el año 1992.

Araujo, S. y Maracara, L. (1992) *Imagen de IESA en la prensa capitalina*. Trabajo especial de Grado para optar por la Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Núcleo de Caracas.

La finalidad de esta investigación, consistía en diagnosticar la imagen del IESA con la prensa capitalina. Para la fecha, el IESA era una fuente de noticias que permitía explicar el acontecer nacional, de allí la relevancia de conocer la imagen que la prensa tiene de esta institución educativa de cuarto nivel. Para ello, las autoras se plantean recoger la opinión de periodistas y jefes de información de las fuentes de economía y política de seis (6) diarios capitalinos (El Diario de Caracas, El Globo, Economía Hoy, El Nacional, El Universal y Reporte) sobre el papel del IESA en la vida nacional, además de medir el grado de conocimiento que tienen los entrevistados con relación al objeto de estudio.

Las teorías utilizadas fueron en primer lugar la descripción del IESA -qué es, misión, visión, objetivos y ubicación-; en segundo lugar se desarrollaron los puntos referentes a la imagen corporativa (comunicación e identidad corporativa, efecto de los medios de comunicación social en la opinión pública, influencia de la prensa en la imagen, identidad de la institución e implicaciones del estudio de la imagen). En cuanto a la metodología utilizada, se determinó como una investigación de campo, centrado en un método de recolección de datos que requirió la aplicación de una encuesta a 83 periodistas y 6 jefes de información.

Los resultados de la aplicación del cuestionario, evidenciaron niveles de desconocimiento por parte de los periodistas sobre el objeto de estudio, en especial los de la fuente de política. Además, a partir de los resultados se elaboró una propuesta de modelo comunicacional para el IESA, con miras a crear, mantener y reforzar su imagen institucional. También se pudo concluir que existe falta de apertura de la institución hacia su público externo.

2.2 Bases Teóricas

Una vez mencionados los antecedentes de esta investigación, se procederá a explicar de manera detallada las bases teorías que la sustentan. En los siguientes apartados se abordarán seis grandes ejes temáticos: organizaciones, imagen institucional, públicos, opinión pública, medios de comunicación discurso.

2.2.1. Organizaciones

En este punto se conocerá qué son las organizaciones y cómo funcionan dentro de la Teoría General de Sistemas. Luego se abordarán las organizaciones gubernamentales, los objetivos de éstas y se conocerá más sobre el objeto de estudio de esta investigación, Corpoelec, su creación, misión, visión, la crisis del sistema eléctrico y se ejemplificará ésta empresa desde dicha Teoría General de Sistemas.

2.2.1.1. ¿Qué son las organizaciones?

Para el autor Fernando Martín, una organización se conceptualiza como una “Empresa o institución pública o privada que actúa o desarrolla sus actividades en un determinado sector del mercado.” (Martín, 2001:126). A esta definición puede agregársele la concepción de Katz y Kahn (1977:25), quienes consideran que las organizaciones tienen el objetivo de mejorar los medios de un grupo, para así alcanzar un propósito.

Por su parte, Gerald Goldhaber, considera que las organizaciones son “redes de relaciones interdependientes que pueden ser consideradas según los principios de las tres escuelas más importantes [en el estudio de las organizaciones]: la escuela clásica, la escuela de relaciones humanas, y la escuela de los sistemas sociales.” (1984:58).

La escuela clásica centra el enfoque en la estructura fundamental y en las funciones laborales de los individuos que forman la organización. Los intereses primarios de esta escuela son: niveles jerárquicos, cadena de mando, trabajos o roles, división del trabajo, centralización, número de empleados en cada nivel de la jerarquía [...]

La segunda escuela, la escuela de relaciones humanas, se interesa por la organización de los obreros, es decir, su interés primario son los individuos de la organización. Los gerentes y los estudiosos que siguen este método prestan su atención a variables orientadas al individuo como, posición, roles, grupos informales, relaciones sociales, moral, actitud, personalidad.

[Por último,] la escuela de los sistemas sociales [...] [se centra en] las relaciones existentes entre las partes de la organización con la organización en su conjunto y la naturaleza interdependiente de dichas relaciones. Esta escuela sostiene que cualquier cosa que afecte el sistema afectará a todas sus partes. (Goldhaber 1984:58).

Para propósitos de esta investigación se trabajará con la última de las escuelas, la de los sistemas, ya que según Katz Y Kahn, esta teoría no incurre en el error de no

reconocer que las organizaciones dependen continuamente del entorno. En este sentido los autores explican:

En las teorías de la organización, los modelos típicos se concentran en los principios del funcionamiento interno, como si esos problemas fueran interdependientes de los cambios en el ambiente y como si no afectaran a los insumos de mantenimiento [...]. (Katz y Kahn, 1977:36).

2.2.1.2. Las organizaciones desde la Teoría de Sistemas

La teoría de sistemas estudia la organización como un conjunto de partes dependientes entre sí, cada una conectada por sinergia. Con relación a esto, es importante destacar la relevancia que tiene la comunicación para las organizaciones, ya que esta permite hacer intercambio de información interna –de un subsistema a otro- y a su vez con el entorno donde se encuentran sus públicos externos.

La comunicación organizacional es un proceso dinámico por medio del cual las organizaciones se relacionan con el medio ambiente y por medio del cual las subpartes de la organización se conectan entre sí: flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes, la organización es la fuente. (Goldhaber, 1984:32)

En relación a lo antes expuesto, los subsistemas deben procurar mecanismos de adaptación con el medio externo a través de canales de acoplamiento estructural:

Los acoplamientos estructurales velan por una co-evolución de sistemas y entornos. Un sistema autopoietico cerrado operativamente no se encuentra en disposición de acceder al entorno con sus propias operaciones por cuanto las operaciones permanecen en las partes internas de los límites (o: de la forma) del sistema. El sistema no puede operar en su entorno, y por ello tampoco puede utilizar sus propias operaciones para probar su resistencia al entorno, para adaptarse a él: sólo para representarlo interiormente. Pero puede afianzarse en el resultado de una convolución de sistema y entorno. Siempre se encuentra adaptado y, por lo demás, provisto de capacidades suficientes para la autoirritación, de modo que puede reaccionar internamente a las irritaciones internas en el marco que fijan los acoplamientos estructurales; es decir, puede

leerlas como información y puede asimilarlas como información. (Navas, 1997:53)

En otro orden de ideas, esta teoría presenta dos tipos de sistemas. El primero es cerrado, el cual “[...] tiene fronteras fijas que no permiten interacción con el medio ambiente. Como resultado de ello, la estructura, la función y la conducta del sistema son relativamente estables y predecibles [...] Los sistemas cerrados son estáticos” (Goldhaber, 1985:54). El segundo tipo de sistema de esta teoría es abierto, el cual se caracteriza por:

Tener fronteras permeables [...] [y estar en] constantes interacciones con su medio ambiente [...] reciben entradas de su medio ambiente [...] y envían salidas a su medio ambiente [...] Como resultado de ello, la estructura, la función y la conducta del sistema abierto están cambiando continuamente. (Goldhaber, 1984:54)

Katz y Kahn, señalan que casi todos los sistemas abiertos poseen ciertas características comunes entre las que destacan:

1. Importación de energía. Los sistemas abiertos toman del ambiente externo alguna forma de energía: la célula recibe oxígeno de la corriente sanguínea; el cuerpo toma oxígeno del aire [...] Las organizaciones sociales también deben tomar renovada provisión de energía de otras instituciones, de la gente o del ambiente material. Ninguna estructura social es autosuficiente.
2. El procesamiento. Los sistemas abiertos transforman la energía [...] [En el caso de las organizaciones, se] crea un producto, procesa materiales, entrena gente o presta servicio. Esas actividades acarrearán una reorganización del insumo. En el sistema se realiza algún trabajo.
3. El resultado. Los sistemas abiertos aportan algún producto al ambiente [...].
4. Los sistemas como ciclos de acontecimientos. La pauta de actividades del intercambio de energía tiene carácter cíclico. El producto exportado al ambiente proporciona fuentes de energía para que se repita el ciclo de actividades. [...] [Es importante destacar, que] la repetición del ciclo no tiene por qué incluir el mismo conjunto de sucesos fenotípicos [...]

5. Entropía Negativa. [...] El proceso entrópico es una ley universal de la naturaleza, según la cual todas las formas de organización se mueven hacia su desorganización o muerte [...] Sin embargo, el sistema abierto, al importar de su ambiente más energía de la que gasta, puede almacenar [para utilizarla en tiempos de crisis o escasas, adquiriendo así los insumos necesarios para sobrevivir]. [...]
6. Insumo de información, retroalimentación negativa y el proceso de codificación. Los insumos introducidos en los sistemas vivientes no sólo consisten en materiales energéticos que son transformados [...] [Éstos insumos también pueden ser] de información y proporcionan señales a la estructura respecto del ambiente y respecto al propio funcionamiento en relación a dicho ambiente. [Partiendo de esto, el sistema puede corregir fallas y errores, y asegurar así su supervivencia; a este proceso de cambio a través de alguna información recibida se le denomina,] retroalimentación negativa [...] [Por su parte,] el sistema recibe insumos selectivamente. [...] [Por tanto,] los sistemas sólo reaccionarán ante aquellas señales informativas para las que están preparados. Se llama decodificación a los mecanismos de selección mediante los cuales un sistema rechaza o acepta materiales entrantes y los traslada a la estructura. [...]
7. El estado estable y la homeostasis dinámica. La importación de energía para detener la entropía mantiene cierta constancia en el intercambio energético, de modo que su estado estable caracteriza a los sistemas abiertos que sobreviven [...] De este modo, el estado estable, que a nivel sencillo es de homeostasis en el tiempo, a niveles más complejos preserva el carácter del sistema mismo mediante el crecimiento y la expansión. [...]
8. Diferenciación. Los sistemas abiertos se mueven rumbo a la diferenciación y la elaboración. Las pautas globales difusas quedan reemplazadas por funciones más especializadas. [...]
9. Equifinalidad. Según este principio, un sistema puede alcanzar el mismo estado final a partir de condiciones iniciales diferentes y por caminos diversos (Katz y Kahn, 1977:28-34)

Por consiguiente, toda organización es un sistema abierto, que genera y acumula ganancias del entorno y de las otras organizaciones capaces de aportar beneficios mutuos para garantizar un buen funcionamiento y rendimiento. Sin embargo, también existirán elementos del entorno capaces de limitar o generarle pérdidas a la organización.

Explicados estos aspectos que permiten conocer el funcionamiento general de una empresa, para intereses de esta investigación se hace necesario especificar y delimitar el área de las empresas públicas.

2.2.1.3. ¿Qué son las organizaciones gubernamentales?

Encontrar un concepto que defina con claridad qué se entiende por empresa pública u organización gubernamental ha resultado complicado debido a los diversos fines para los que fueron creadas, y la inexistencia de políticas concretas por parte del Estado, entre otros aspectos (Aguirre, 1979:84).

Sin embargo, el Dr. Allan Brewer de acuerdo a un estudio comparativo de las mismas en varios países, refiere como empresas públicas “a toda manifestación de la actividad industrial y comercial del Estado y no a una realidad orgánica determinada” (Aguirre, 1979:85).

A su vez, Horacio Bonco explica que la empresa pública es:

Un organismo decisor, vinculado por transacciones económicas (usualmente compras y ventas de bienes y servicios divisibles en un mercado) a otros organismos sociales y vinculado por relaciones de poder (normalmente asimétricas) con otro organismo decisor, que denominaremos Gobierno Central. (Bonco, en Aguirre, 1979:85).

En resumen, las empresas públicas gozan de las siguientes características:

a) La intervención del Estado o de cualquier otra persona o unidad económica, manifestada a través de la titularidad patrimonial o de la dirección o poder efectivo sobre la misma; b) forman parte de la Administración Pública Paraestatal; y, c) la realización de una actividad económica, que debe repercutir en el interés público, al menos declarativamente, dirigida a la producción de bienes y servicios (Aguirre 1979:86)

Sin embargo, como se señaló en un principio, los objetivos de las organizaciones afectarán el concepto que se pueda establecer de éstas, pero sus fines

siempre estarán fuertemente vinculados a los del Estado y a la capacidad gerencial del recurso humano encargado de la empresa.

2.2.1.4. Objetivo de las organizaciones gubernamentales.

De manera puntualizada, en una reunión de Expertos en Administración de Empresas Públicas en América Latina y El Caribe, efectuada en Santiago de Chile del 17 al 22 de noviembre de 1969, se establecieron los siguientes objetivos que deben cumplir las organizaciones gubernamentales:

- Proveer de servicios básicos.
- Sustituir el control privado por el público.
- Producir ingresos al erario.
- Controlar monopolios.
- Redistribuir el ingreso.
- Subvencionar industrias esenciales.
- Estimular la industrialización.
- Proporcionar una base a otras industrias.
- Crear competencia.
- Sustituir la iniciativa privada ineficiente e inadecuada.
- Actuar como pionero de ciertas actividades.
- Resolver problemas de determinadas industrias proveedoras.
- Reducir el desempleo.
- Entrar en nuevas zonas (geográficas o económicas) de actividad.
- Proveer artículos básicos al costo o a bajos precios para atender a necesidades sociales (Aguirre, 1979:89).

A partir de estas consideraciones, se puede tener una idea de cuáles factores intervienen en la determinación de los objetivos de las empresas gubernamentales y definir así su campo de acción.

Aguirre menciona que el Estado dentro del sistema de las organizaciones públicas actúa como un elemento determinante. Éste y las empresas públicas por más que quieran tener criterios únicos, siempre mantendrán una relación de tensión, ya que mientras las organizaciones quieren ser lo más autónomas posibles -tomando en

cuenta que sus recursos dependen de la Nación y sus decisiones del Gobierno de turno-, el Estado impondrá sus controles. (Aguirre, 1979:89).

Es precisamente tras la intervención del Estado que nace la Corporación Eléctrica Nacional (Corpoelec), actualmente Empresa Eléctrica Socialista Corpoelec, encargada de generar, transmitir, distribuir y comercializar la electricidad en toda Venezuela, organización que además ha sido tomada como caso de estudio de la presente investigación.

2.2.1.5. Corporación Eléctrica Nacional (Corpoelec).

Esta organización adscrita al Ministerio del Poder Popular de Energía Eléctrica, es una empresa fundada con el objetivo de reorganizar y agrupar el sector eléctrico venezolano, para prestarle servicio a todo el país.

Corpoelec es creada tras el decreto presidencial N° 5.330 del 31 julio de 2007, publicado en la Gaceta Oficial N°355.883, cuando el presidente de la República Bolivariana de Venezuela, Hugo Rafael Chávez Frías establece lo siguiente:

El presente Decreto-Ley tiene por objeto la reorganización del sector eléctrico nacional con la finalidad de mejorar la calidad del servicio en todo el país, maximizar la eficiencia en el uso de las fuentes primarias de producción de energía y en la operación del sistema y redistribuir las cargas y funciones de las actuales operadoras del sector. (Artículo. 1, Decreto N° 5.330, 2007)

Seguidamente, en el artículo 2 de dicho documento, esta empresa es definida de la siguiente manera:

Se crea la sociedad anónima Corporación Eléctrica Nacional S.A., adscrita al Ministerio del Poder Popular para la Energía y Petróleo, como una empresa operadora estatal encargada de la realización de las actividades de generación, transmisión, distribución y comercialización de potencia y energía eléctrica. (Artículo. 2, Decreto N° 5.330, 2007)

Desde entonces, las catorce empresas mencionadas a continuación trabajan en conjunto, con fines de garantizar y facilitar el suministro de energía eléctrica a nivel nacional. (Disponible en el URL: <http://www.corpoelec.gob.ve/qui%C3%A9nes-somos> [consulta 12 de abril de 2012]).

- Electrificación del Caroní, C. A. (Edelca).
- La Electricidad de Caracas (La Edc).
- Energía Eléctrica de Venezuela, S.A. (Enelven).
- Energía Eléctrica de la Costa Oriental del Lago C.A: (Enelco).
- Energía Eléctrica de Barquisimeto S.A. (Enelbar).
- Compañía de Administración y Fomento Eléctrico S.A. (Cadafe).
- Generación de Vapor Genevapca, C. A.
- Electricidad de Bolívar, C. A. (Elebol).
- Electricidad de Valencia, C.A. (Eleva).
- Sistema Eléctrico del Estado Nueva Esparta (Seneca).
- Empresa Nacional de Generación (Enagen).
- Compañía Anónima Luz Eléctrica de Yaracuy (Caley).
- Compañía Anónima Luz y Fuerza Eléctrica de Puerto Cabello (Calife).
- Turboven Maracay Company Inc.

Todas estas empresas formaron Corpoelec, que tiene la visión de:

Ser una Corporación con ética y carácter socialista, modelo en la prestación de servicio público, garante del suministro de energía eléctrica con eficiencia, confiabilidad y sostenibilidad financiera. Con un talento humano capacitado, que promueve la participación de las comunidades organizadas en la gestión de la Corporación, en concordancia con las políticas del Estado para apalancar el desarrollo y el progreso del país, asegurando con ello calidad de vida para todo el pueblo venezolano (Disponible en el URL:

<http://www.corpoelec.gob.ve/filosof%C3%ADa-de-gesti%C3%B3n>
[consulta 12 de abril de 2012]).

Y con la misión de:

Desarrollar, proporcionar y garantizar un servicio eléctrico de calidad, eficiente, confiable, con sentido social y sostenibilidad en todo el territorio nacional, a través de la utilización de tecnología de vanguardia en la ejecución de los procesos de generación, transmisión, distribución y comercialización del sistema eléctrico nacional, integrando a la comunidad organizada, proveedores y trabajadores calificados, motivados y comprometidos con valores éticos socialistas, para contribuir con el desarrollo político, social y económico del país”. (Disponible en el URL:<http://www.corpoelec.gob.ve/filosof%C3%ADa-de-gesti%C3%B3n> [consulta 12 de abril de 2012]).

Por otro lado, aunque Corpoelec fue creada en el 2007 con fines de mejorar la calidad del sector eléctrico, desde el último trimestre de 2009 ha venido presentando fallas en el servicio. Entre las principales causas de estas fallas, se encuentra el fenómeno El Niño, que en agosto de 2009 llegó a tierras venezolanas, incrementó las temperaturas y disminuyó las precipitaciones, según señaló la Organización Meteorológica Mundial (OMM). (*Responsables de la hidrología y meteorología de Suramérica se reúnen en Venezuela*. Disponible en el URL:http://www.minamb.gob.ve/index.php?option=com_content&task=view&id=1761&Itemid=43 [consulta el 21 de octubre de 2011]. Asimismo, este fenómeno hizo que bajaran los niveles de agua en el país, sobre todo, en la Central Hidroeléctrica “Simón Bolívar”, de la cual depende un 70% de la energía eléctrica nacional, según un boletín informativo publicado por el Ministerio del Poder Popular para la Energía Eléctrica (*Ahorrar energía es tarea de todas y todos*. Disponible en el URL: <http://www.bnv.gob.ve/pdf/Emergenciael.pdf> [consulta 12 de abril de 2011]).

Por este motivo, el presidente de la República Bolivariana de Venezuela, Hugo Rafael Chávez Frías, decretó “emergencia eléctrica nacional” el 8 de febrero del 2010 (Gaceta Oficial N°39.363, Decreto N° 72.228) y tomó medidas para el

racionamiento del servicio eléctrico en algunas regiones del país, la exigencia de bajar el consumo de electricidad en un mínimo del 10%, además de una inversión de más de cuatro mil millones de dólares para la construcción de plantas termoeléctricas (*Ahorrar energía es tarea de todos y todas*. Disponible en el URL: <http://www.bnv.gob.ve/pdf/Emergenciael.pdf> [consulta 21 de octubre de 2011]).

2.2.1.6. Corpoelec como sistema

Si ejemplificamos la Teoría General de Sistemas desde el caso de estudio Corpoelec, puede observarse que esta organización cumple con todas las características de sistemas abiertos de los autores Katz y Kahn, mencionadas anteriormente. La organización toma energía del entorno: personal, agua para el funcionamiento de la hidroeléctricas o combustible en el caso de las termoeléctricas; transforma esa energía para convertirla en corriente eléctrica; la electricidad es distribuida a los usuarios quienes cancelan una cantidad de dinero por ella; esos recursos van destinados al Estado, y éste lo administra y devuelve a la empresa – incrementados de hacer falta- para iniciar nuevamente el ciclo y generar así entropía negativa. Asimismo, la empresa recibe información de su entorno a través de los canales de acoplamiento -bien sea a través de los usuarios directamente o a través de otro medio como los medios de comunicación social-; decodifica esa información de manera selectiva, y si ésta produce un cambio en la organización (un usuario reporta una falla y ésta es solventada, por ejemplo) se puede hablar de retroalimentación negativa.

La constante repetición del ciclo y la corrección de desviaciones le permite a la empresa llegar a un estado homeostático que se complementará con la especificación –Corpoelec se encarga del suministro de energía eléctrica, es la única organización en el país que administra este servicio y por tanto es especialista en ello-. Por último la equifinalidad, se refiere a que cualquier otra empresa que no haya tenido los mismos inicios que Corpoelec, también puede llegar a ser homeostática.

Toda organización envía mensajes a sus públicos, la percepción de estos mensajes combinado con otras interacciones, impresiones, valoraciones y características que se le asignen, creará un concepto mental a lo que se denomina imagen organizacional, corporativa o empresarial –términos utilizados aleatoriamente por los autores a explorar-. En la actualidad, la imagen ha cobrado un papel de vital relevancia para cualquier organización, ya que de ella depende la recordación de la empresa, los productos o servicios que ofrece; las ventas, ganancias o patrocinios que pueden llegar a recibir; la difusión de su cultura e identidad corporativa; y el posicionamiento y sobrevivencia en un mercado lleno de competidores. Es por esto que se hace menester revisar detenidamente la imagen organización y el rol que ésta desempeña en el caso de estudio.

2.2.2. Imagen organizacional

En este apartado se abordará la definición de imagen organizacional, las dimensiones de la misma y los distintos tipos, la diferencia entre imagen e identidad –términos que suelen confundirse-, y por último, la importancia de la imagen para las organizaciones.

2.2.2.1. Definición de imagen organizacional

Para Gómez y Villalobos, (1998:91) la imagen corporativa viene a ser el producto de “todas las impresiones, conocimientos, conceptos, sentimientos y creencias que tienen los individuos sobre una organización”. Esta definición corresponde con la del autor David Berstein, quien considera que la imagen organizacional es “el resultado neto de la interacción de todas las experiencias, impresiones, creencias, sentimientos y conocimientos que la gente alberga respecto a una empresa” (citado por Tejada, 1987:170).

Asimismo, Paul Capriotti (1992:30) define la imagen de la empresa como “la representación mental de un estereotipo de la organización, que los públicos se

forman como consecuencia de la interpretación de la información sobre la organización”. En su obra posterior, este autor define la imagen corporativa como “la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como el resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización” (Capriotti, (2008:29).

Por su parte, los autores Sánchez y Pintado consideran que la imagen de la empresa se puede definir como una: “representación mental que conforma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía; cada uno de esos atributos puede variar, y puede coincidir o no con la combinación de atributos ideal de dicho individuo” (Sánchez y Pintado, 2009:18). En este mismo orden de ideas, el autor Joan Costa (cit. por Díaz, K., 2003) señala que la imagen pública organizacional funciona como imágenes mentales, las cuales consisten en la acumulación de percepciones, sensaciones y experiencias en lo que a las organización se refiere.

Normann (en Capriotti, 2009:89) asevera que “una imagen representa un modelo que tiene que ver con nuestras creencias y nuestro entendimiento de un fenómeno, basado en las propias percepciones de realidad, y a partir de ellas la gente actúa o decide no actuar”. En este punto el autor destaca que la formación de una imagen corporativa no tiene que estar basada en hechos objetivos y reales, sino que se formula a partir de un cúmulo de informaciones –verdaderas o no- que el individuo cree que son reales.

Con relación a esto, Kapferer agrega que la imagen es:

Un concepto ligado a la recepción de la comunicación: esa idea que el público se hace de esa organización a partir de las impresiones falsas o verdaderas que puedan llegar a formarse a partir de la decodificación que estos hacen de un conjunto de signos provenientes de los productos, los servicios, los comunicados de prensa, los patrocinios empresariales, el mecenaza, las apariciones televisivas. La imagen es el resultado. (1995:89).

El autor Daniel Scheinson en su obra “Dinámica de la Comunicación y la Imagen Corporativa”, menciona los elementos -provenientes de la corporación- que forman parte de la construcción de la imagen. El primero de ellos es la realidad corporativa, definida como el “conjunto de rasgos y circunstancias objetivas acerca de la existencia de la corporación [...] [Esta atmósfera] está construida por datos objetivos y por hechos reales [tales como] [...] recursos, [...] entidad jurídica, [...] situación económico-financiera, etc.”. El segundo elemento a considerar por este autor es la cultura corporativa, descrita como “un patrón de comportamiento en el seno de la organización, con sus propias lógicas y dinámicas”. Y el tercer y último elemento a tomar en cuenta es la identidad corporativa, es “aquello con lo que la empresa ha nacido, y aquello en lo que la empresa se ha convertido, pero sobre todo aquello que la empresa decide ser” (1998:28-32).

En cuanto a la construcción de la imagen, Eugenio Tironi y Ascanio Cavallo señalan que “cada individuo fabrica su propia imagen a partir de la información que recibe. Los públicos decodifican los mensajes y recrean una imagen a partir de sus propias trayectorias, vivencias y entornos.”(2004:80).

Por otro lado, Paul Capriotti considera que la creación de la imagen se realiza a través de un proceso de percepción en el que un sujeto conoce a una organización, llegando a concebir sus características y cualidades. Para ello, el individuo recibe información sobre dicha organización, la cual es ordenada en su mente basándose en lo que el autor llama: “rasgos organizadores de la percepción [...] estos rasgos organizadores son una serie de dicotomías de calificativos tales como fiable, no fiable; moderna, anticuada; acogedora, fría; eficiente, ineficiente; poderosa, débil; grande, pequeña” (Capriotti, 1992:50).

Asimismo, este autor destaca que la imagen corporativa viene a ser el resultado de un proceso de interpretación acumulativa de todas las informaciones que llegan a sus públicos a través de diferentes medios.

Estos, por lo general, no se forman una imagen de una organización a partir de unos cuantos mensajes, ni tampoco se obtiene una imagen duradera con una 'campana' de imagen. La formación de la imagen es un proceso lento, que implica un trabajo paciente en forma de acciones coordinadas en un programa de largo plazo. (Capriotti, 1992:61).

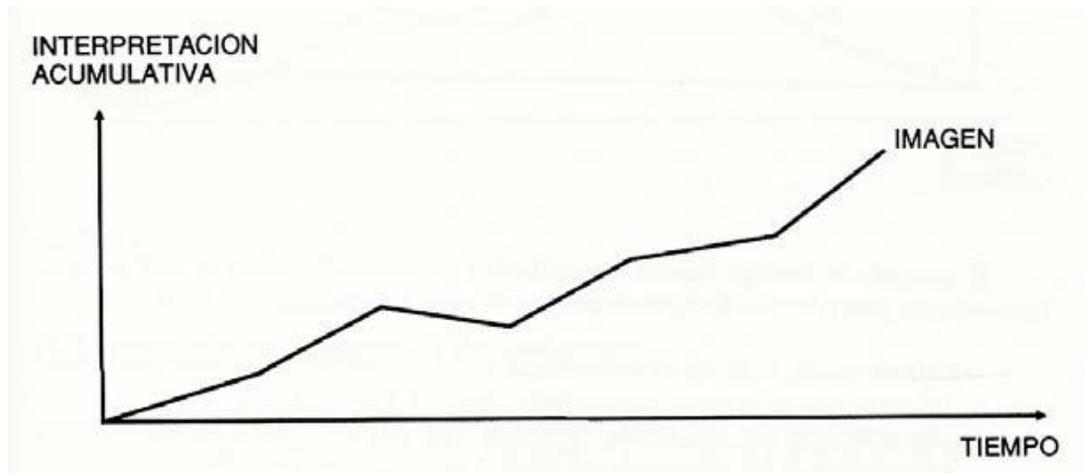


Figura1. Interpretación Acumulativa. Fuente: Capriotti (1992:63)

Con relación a esto, Joan Costa menciona que todo proceso acumulativo de la imagen tiene dos características básicas: son fragmentarios y discontinuos.

Es *fragmentario*, porque se compone de una diversidad de informaciones que llegan a los públicos, las cuales son interpretadas, comparadas y agrupadas con las anteriormente percibidas. Es *discontinuo*, porque esas informaciones son percibidas en: a) diversas circunstancias (situación de la percepción), b) diversos espacios (sitio de la percepción) y c) diversos tiempos (momento de la percepción). (Costa en Capriotti, 1992:61).

Como parte de estas características, Capriotti (1992) afirma que el individuo diariamente recibe un gran cúmulo de informaciones provenientes de su entorno; a partir de esto, se crea la necesidad de agrupar y simplificar todos estos datos para su facilitar su interpretación, permitiéndole de este modo poder reconocer personas o entidades previamente experimentadas sin tener que realizar un nuevo proceso de conocimiento. Es decir, cada individuo basándose en las experiencias recabadas, realiza un proceso de simplificación donde integra la información nueva y las

adquiridas previamente, para otorgar a la corporación un conjunto de atributos, rasgos o características, por medio de los cuales la identifican y distingue de las demás.

Estos esquemas simplificados tienen un carácter cognitivo, ya que se integran a la memoria de las personas y son recuperadas en los momentos que necesitan, reconocer, identificar y diferenciar un objeto de otro. De este modo, el conocimiento que el ser humano adquiere diariamente se organiza sobre la base de estas estructuras mentales cognitivas, integradas por un conjunto de atributos, rasgos o características que se le confieren a dicho objeto y que pueden ser integradas a nuevas experiencias futuras. Por tanto, Capriotti (2009:106) afirma que “la imagen corporativa de una organización sería una estructura mental cognitiva, que se forma por medio de las sucesivas experiencias, directas o indirectas, de las personas con la organización”, para establecer así una serie de atributos o características que lo identifican y diferencian de otras organizaciones similares.

2.2.2.2. Tipos de imagen

Paul Capriotti en su libro “La Imagen de Empresa” (1992), realiza una distinción de las distintas concepciones generales para el término imagen: la imagen-ficción (representación ficticia), la imagen- icono (representación visual) y la imagen-actitud (representación mental) (Capriotti, 1992:25).

En la *imagen ficción*, las cosas no son lo que son, sino lo que las personas creen o perciben, pues como resalta este autor “no hay nada más real que una creencia”. La realidad es siempre una interpretación que las personas hacen de la misma, dándole a cada objeto o acontecimiento un significado que dependerá de la carga valorativa, las experiencias previas de cada individuo y la cultura social a la cual éste pertenezca (Capriotti, 1992:23).

La *imagen icono*, se basa en que la imagen es la figura visual de un objeto – una foto o pintura, por ejemplo-, “esta representación visual puede tener diversos grados de iconicidad (semejanza con el objeto real). Cuanto mayor sea el grado de iconicidad, mayor será su semejanza con el objeto real” (Capriotti, 1992:23). La

concepción “popular” de esta noción dio origen a la idea de que la imagen es "lo que se ve" de una persona u organización, por tanto para una persona vestir bien es un ejemplo de buena imagen; así como para una organización puede ser ejemplo de buena imagen la decoración de la oficina. (Capriotti, 1992:23).

Por último, *la imagen actitud*, es la concepción de ésta como una representación mental o concepto de una persona, objeto u organización. Se refiere a un enjuiciamiento o valoración que cada individuo se crea a partir de una percepción, para otorgarle ciertas características y elaborar estereotipos con los que lo pueden definir y diferenciar de los demás objetos. (Capriotti, 1992:23-24).

Del mismo modo, este autor señala que en el mundo organizacional existen tres tipos de imagen: imagen del producto, de la marca y de la empresa.

- Imagen del producto. Es la actitud que tienen los públicos hacia los productos como tales, sin mediar las marcas o nombres de empresas [...]. En este caso, no entran en consideración las características particulares de las empresas, sino específicamente las del producto como tal.
- Imagen de la marca. Es la actitud que tienen los públicos acerca de una determinada marca o nombre de un producto [...]
- Imagen de la empresa: “es la actitud que tienen los públicos hacia la organización como tal, en cuanto ser vivo, social y comunicativo. Es la idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y su conducta. (Capriotti, 1992:29-30).

Por su parte, otros autores como Costa, Marion, Villafañe, entre otros, hacen otras agrupaciones de los diferentes tipos de imagen:

- Costa (1987:185-186) divide entre imagen gráfica, imagen visual, imagen material, imagen mental, imagen de empresa, imagen de marca, imagen corporativa e imagen global.
- Marion (1989: 19) habla de tres clases de imagen de la empresa: la imagen depositada, la imagen deseada y la imagen difundida.

- Frank Jefkins (1982:25-28) define cinco tipos de imágenes: imagen espejo, imagen corriente, imagen deseada, imagen corporativa e imagen múltiple.
- Lougovoy y Linon (1972:54-63) diferencian entre imagen símbolo, imagen global, imagen de las actividades, imagen de los productos, imagen de los hombres e imagen como apariencia del hecho.
- Enrico Cheli (1986:22-25) cita tres tipos de imagen: real, potencial y óptima.
- Villafañe (1992:9-11) habla de tres dimensiones de la imagen corporativa: autoimagen, la imagen intencional, y la imagen pública. (Capriotti, 2008:15).

Otra postura sobre los diferentes tipos de imagen, es propuesta por Luis Tejada (1987:172-173) quien distingue la existencia de: a) Imagen natural: “es la imagen que una empresa ha venido consolidando involuntariamente en la mente del público, ya sea por acción u omisión, es decir, por ausencia de participación en la vida extracorporativa”. b) Imagen sobredimensionada: “[es el] fenómeno mediante el cual una empresa se extralimita en su índice de exposición a la opinión del país. Exceso de publicidad, saturación de sus relaciones públicas, afán de protagonismo público, etc.”. c) Imagen deliberada: en este caso, si bien es cierto que la imagen se forma en el mente de los usuarios, este autor propone que este proceso puede ser administrado de manera tal que los mensajes “voluntarios” que emita la corporación, sean los más cónsonos posibles con la identidad de la misma, con el fin de encaminar o guiar la dirección de la imagen. Esto se logra a través de publicidad, buenas relaciones públicas, contacto con los clientes, entre otros.

2.2.2.3. Diferencia entre imagen e identidad

Una confusión que suele darse en este campo, es entre los términos identidad e imagen, pues suelen ver a éstos como equivalentes entre sí. Sin embargo, es importante destacar que según los autores Sánchez y Pintado, las diferencias, aunque sutiles, existen.

La identidad corporativa hace referencia a lo que la empresa comunica a sus públicos, partiendo de lo que es. Sin embargo, la imagen corporativa se configura posteriormente, ya que como se ha explicado, se relaciona con lo que los públicos perciben y pasa a formar parte de su pensamiento... (Sánchez y Pintado, 2009:20).

Por su parte Van Riel también se percata de la confusión que puede llegar a presentarse entre estos dos términos y plantea su propia diferenciación. “La imagen corporativa se describe como un retrato que se tiene de una empresa, mientras que la identidad corporativa son todas las formas de expresión que emplea la empresa para brindar una perspectiva de su naturaleza” (Van Riel 1998: 27, en Di Miele 2004:14).

La identidad forma parte de la imagen de una organización. Una identidad correctamente formulada y bien proyectada, contribuye en el proceso de formación de una imagen positiva. Los autores Tironi y Cavallo (2004:79-80) exponen que “el hecho esencial es que la imagen de toda entidad se sostiene en su identidad; no existe sin ella, y el éxito de situar la imagen por encima o frontalmente en contra de la identidad es siempre precario y pasajero”. Con relación a esto Sánchez y Pintado expresan:

Cuando la identidad de la organización es clara y está bien definida, es el momento de intentar proyectarla hacia los públicos, con el fin de que estos tengan una imagen positiva [...] Sin embargo, se está haciendo referencia a algo etéreo, sobre lo que el control es muy limitado, ya que algunos aspectos se pueden controlar (la publicidad, por ejemplo), pero otros no (los comentarios negativos de una persona que ha tenido algún problema con la compañía). Por tanto la imagen corporativa se forma con todo tipo de inputs que van a la mente de los públicos, y que pueden hacer referencia a un contacto habitual o puntual. (Sánchez y Pintado, 2009:22)

Las organizaciones, están constantemente emitiendo mensajes (o contenidos voluntarios) a sus diferentes tipos de públicos a través de la publicidad y la interacción con éstos, buscando de reflejar así su identidad y cultura corporativa. Pero las personas reciben también una serie de contenidos involuntarios sobre los cuales la empresa no tiene control, tales como: comentarios de otras personas, noticias en los medios de comunicación social, entre otras. Esto se puede ejemplificar con el caso de

estudio seleccionado por las investigadoras Corpoelec-Miranda, organización que emiten contenidos voluntarios a través de la publicidad institucional pagada por el Estado, y las notas de prensa que le hace llegar a los medios de comunicación social; sin embargo, las fallas del servicio producto de la avería de un transformador por ejemplo, generan también una cantidad de mensajes involuntarios que llegan a los usuarios de esta institución.

Hasta ahora, se ha explicado lo que es imagen, los tipos de imagen y su diferencia con la identidad, pero ¿cuál es la importancia de la imagen para las organizaciones? ¿Es realmente relevante para éstas tener una imagen positiva de cara a sus diferentes públicos?

2.2.2.4. Importancia de la imagen en las organizaciones

Kapferer (1995:7), señala la importancia que tiene la imagen en el éxito de los negocios y afirma que hoy en día muy pocas personas negarían la importancia de contar con una “buena imagen empresarial”. Por su parte, Luis Tejada señala que la “imagen corporativa ayuda a las compañías a comprender de una manera rigurosa los problemas de su audiencia, porque mantiene a la empresa en permanente comunicación con el público” (1987:171).

La imagen institucional ayuda a las organizaciones y empresas a sobrevivir en un entorno altamente competitivo, con un mercado saturado de empresas que ofrecen servicios o productos similares. De allí deriva la relevancia de poseer una imagen corporativa positiva, en lograr marcar una diferencia de una organización con respecto a su competencia, de manera tal que sus públicos la prefieran por encima de otras. “La Imagen Corporativa (los atributos que los públicos asocian a una organización) adquiere una importancia fundamental, creando valor para la entidad y estableciéndose como un activo intangible estratégico de la misma” (Capriotti, 2009:12).

En la medida en que los públicos perciben mensajes positivos referentes a una organización, y pueden crearse una representación mental cónsona con los valores de la empresa, se estará en presencia de una imagen positiva. Con relación a esto Capriotti (2009: 12-13) enumera lo que puede lograr una buena imagen corporativa: ocupar un espacio en la mente de los públicos, diferenciar la organización de otras entidades, disminuir la influencia de los factores situacionales en la decisión de compra, actuar como un factor de poder en las negociaciones entre fabricante y distribuidor, lograr vender mejor, atraer mejores inversores, conseguir mejores trabajadores. De lo anterior puede extraerse lo fundamental que es la imagen para toda organización -sea esta pública o privada-, pues ésta crea un valor para la empresa, y se establece lo que el autor determina como “un activo intangible estratégico” de la misma. (Capriotti, 2009: 12-13).

Es importante mencionar, que la imagen de las organizaciones estatales o empresas públicas, está directamente relacionada con la imagen del Gobierno Nacional pues éste último es el encargado del correcto funcionamiento de las instituciones que están bajo su amparo y son administradas con recursos de la nación. Una imagen negativa de Corpoelec, tomando en cuenta que ésta es la única oferente del servicio (sumamente indispensable) de electricidad en el país, pone en tela de juicio la eficiencia del Gobierno de turno para garantizar el buen funcionamiento de las organizaciones que administra.

Por el momento, se ha determinado que el proceso de creación de una imagen es totalmente subjetivo, y puede variar de una persona a otra, debido a las múltiples impresiones, valoraciones, contactos e interacciones que ha tenido con ésta a través de diferentes vías. Partiendo de esto se concibe la importancia de los públicos para la imagen de una organización, y se hace necesario definir qué son los públicos y cuáles son los diferentes tipos de públicos que tiene una organización.

Con relación a esto, Scheinson (1998:27) considera que “la imagen corporativa es ante todo una construcción elaborada por el público a partir de

elementos de naturaleza muy heterogénea (visuales, culturales, experienciales, etc.). Por su parte, Capriotti afirma que “los públicos no son sujetos pasivos, sino ‘sujetos creadores’: la imagen de la empresa se genera en los públicos, es el resultado de la interpretación que hacen los públicos de la información o desinformación sobre la organización” (1992:30)

2.2.3. Públicos

Tomando como punto de partida las afirmaciones realizadas por Scheinson (1998:27) y Capriotti (1992:30), se hace menester conocer la definición de público y los tipos de públicos, dado que cada uno de éstos se crea su propia imagen de una organización.

2.2.3.1. Definición de públicos

Como se ha visto hasta ahora, la imagen corporativa se crea en la mente de sus públicos según un conjunto de informaciones recolectadas por éstos, permitiendo así la formación de un concepto sobre dicha organización. Daniel Scheinsohn (1998:170) menciona que a través del diálogo permanente que la empresa mantiene con cada uno de sus públicos, éstos se van elaborando una idea de dicha organización, lo que es y lo que no.

Sánchez Guzmán (en Capriotti, 1992:35) define a los públicos como “conjunto de miembros de un grupo social que, sin estar necesariamente unidos físicamente, reaccionan ante un estímulo común, o bien se encuentran unidos mediante vínculos mentales por un interés común definido hacia determinados temas o aspectos de la vida cotidiana”. Por ende, esta definición corresponde con la concepción de Scheinsohn (1998:169) “un público no es un grupo de existencia ‘real’, sino un agrupamiento imaginario que la empresa elabora con el fin de lograr eficacia en sus comunicaciones”

En este mismo orden de ideas, Juan Merchán (1979:107) considera que las características fundamentales de un público es que sus miembros tengan intereses semejantes, que obren en función de satisfacer dichos intereses, que sean afectados de la misma manera por las acciones de las organizaciones y que a su vez éstos puedan afectarla.

Por otra parte, dentro de la misma categoría de públicos, se encuentra la teoría de los stakeholders que no sólo se basa en los públicos sino también en los vínculos e intereses que estos puedan llegar a compartir con la organización.

Los *stakeholders* de una organización pueden ser definidos como cualquier grupo o individuo que es afectado o puede afectar el logro de los objetivos de la organización (Freeman, 1984; Freeman y Mc Vea, 2001). La noción de *relación* tiene importancia fundamental para la Teoría de los Stakeholders, ya que a partir de la relación establecida entre organización e individuos se formarán los diversos públicos, los cuales tendrán unos intereses (*stakes*) específicos en función de dicho vínculo o relación (Capriotti, 2009:73).

Una segunda definición de los stakeholders es propuesta por Mitchell, Agle & Wood, quienes consideran que:

Los stakeholders son actores (internos o externos) que afectan o son afectados por los objetivos o resultados de una organización dada, en diferentes grados, en la medida en que poseen entre uno y tres atributos básicos: poder, legitimidad y urgencia. Actores que no presentan al menos uno de estos atributos (no afectan los resultados y/o son afectados por los resultados), no son stakeholders. (Mitchell, Agle & Wood, citados por Falção y Fontes, 1999).

Cabe destacar, que las organizaciones no tienen un público único, sino que por el contrario tienen diferentes tipos de públicos que pueden analizar y percibir una misma empresa de manera diferente. En este sentido Kapferer señala que “[...] hay tantas imágenes de empresa como públicos de empresa [...]” (Kapferer, 1995:62). Son ellos quienes la conforman a partir de la interpretación que hacen de la información

referente a la organización. Esta última característica es la que da pie a la distinción de los diferentes públicos con los que se relaciona la organización.

2.2.3.2. Tipos de públicos.

Toda empresa u organización, cuenta con una distinta variedad de públicos que decodifican los mensajes que ésta transmite. Gómez y Villalobos (1998:55), hacen una clasificación de los distintos tipos de públicos de una organización, entre los que destacan -en el caso de una organización gubernamental- los siguientes:

- Internos: trabajadores (fijos, contratados, suplentes)
- Intermedios: trabajadores jubilados, sindicatos, gremios profesionales.
- Externos: usuarios, gobierno, partidos políticos, medios de comunicación social

Otra clasificación para los públicos de una organización la plantea J. Grunig (en Capriotti, 2009) con la teoría situacional de los públicos, la cual estudia la conducta comunicacional de éstos, y explica que en ella entran en juego tres variables fundamentales. La primera es el reconocimiento de un problema que pueda llegar a afectarlos, la segunda es el reconocimiento de sus restricciones frente a ese problema y la tercera, es el grado de implicación de las personas en el problema. Partiendo de esto, se podrán identificar cuatro (4) tipos de públicos: público activo, público latente, público informado y no público. (Grunig en Capriotti, 2009:70-71)

De la definición de Stakeholders propuesta por Mitchell, Agle & Wood (citados por Falção y Fontes, 1999) surge una tercera clasificación de públicos, según la combinación de los atributos que los autores consideran indispensables para ser un stakeholders: poder, legitimidad y urgencia. Pero antes de presentar los tipos de públicos, se hace necesario explicar las nociones antes mencionadas, las cuales son utilizadas por los autores para la construcción de dicha clasificación.

- Poder. Trata de la existencia o de la posibilidad de obtención por un actor social [...] de recursos coercitivos (fuerza física, armas), recursos utilitarios (tecnología, dinero, conocimiento, logística, materias

primas) y recursos simbólicos (prestigio, estima, carisma) para imponer su voluntad sobre otro(s) en una relación (juego social).

- Legitimidad. Es la presunción o percepción generalizada de que las acciones de un actor social (persona, organización, marca, símbolo, etc.) son deseables o apropiadas dentro de ciertos sistemas socialmente contruidos de normas, valores, creencias y definiciones
- Urgencia. Consiste en el clamor por la atención inmediata en función de diferentes grados de: a) sensibilidad temporal de no aceptación del atraso; y b) criticidad, equivalente a la importancia de clamor, teniendo en vista la posibilidad de daño a la propiedad, sentimiento, expectativa y exposición. La urgencia es ciertamente el factor que confiere mayor dinámica a esta metodología. (Mitchell, Agle & Wood, citados por Falção y Fontes, 1999)

Una vez aclarados estos puntos, se le puede dar curso a los tipos de stakeholders considerados por Mitchell, Agle & Wood. En primer lugar se tiene a los Stakeholders Latentes -los cuales poseen un sólo atributo-, que a su vez se subdividen en:

- Adormecidos: poder sin legitimidad ni urgencia. El poder coercitivo del Estado, mucho dinero o la influencia de los medios, pueden no servir en absoluto si quienes detectan estos recursos no tienen urgencia y si su interés no es legítimo.
- Exigentes: la urgencia, sin poder ni legitimidad, hace que estos *stakeholders* sólo sean barullentos e incómodos.
- Discrecionales [o adormecidos]: con legitimidad, pero sin urgencia y sin poder. La atención a esta categoría de *stakeholders* depende de reconocimiento discrecional de la organización, lo que normalmente se da sobre bases filantrópicas. (Mitchell, Agle & Wood, citados por Falção y Fontes, 1999)

El segundo grupo de esta clasificación son los Stakeholders Expectantes. Estos poseen dos de las características fundamentales para ser un stakeholders y se dividen en:

- Peligrosos: urgencia y poder sin legitimidad. Existe, en este caso, espacio para el uso de la coerción por parte de esta categoría de stakeholders, bajo la forma de adquisiciones hostiles, sabotaje, huelga, terrorismo, etc.

- Dominantes: son *stakeholders* con poder y legitimidad, que forman parte de la coalición dominante (Cyert & March, 1963) en la organización. Por lo tanto, sus intereses y expectativas marcan una diferencia para la organización.
- Dependientes: urgencia y legitimidad sin poder hacen esta categoría de *stakeholders* dependientes del poder de los otros *stakeholders*, de adentro o de afuera de la organización, de modo de asegurar que sus intereses sean atendidos o no marginados. (Mitchell, Agle & Wood, citados por Falção y Fontes, 1999).

El último grupo de esta clasificación son los Stakeholders Definitivos, aquellos que poseen poder, legitimidad y urgencia, “...son *stakeholders* expectantes cuyos intereses, al incorporar el atributo que les faltaba, pasan a ser prioritarios sobre los demás.” (Mitchell, Agle & Wood, citados por Falção y Fontes, 1999).



Figura 2. Tipología de Mitchell. Fuente: Falção y Fontes (1999)

Para Merchán, la conformación de los distintos tipos de públicos “son producto de la necesidad que tienen los seres humanos de agruparse para desempeñar roles semejantes. Y, debido a que existen roles diferentes es lo que hace públicos diferentes” (Merchán, 1979:108).

De tal manera que los públicos no son un conjunto homogéneo de personas, sino que por el contrario es la heterogeneidad de este grupo de individuos, lo que

hace necesario identificar o segmentar los distintos tipos de público de acuerdo a sus características y los roles que puedan llegar a desempeñar según sus intereses particulares.

Los individuos en su vida cotidiana pueden llegar a desempeñar diferentes roles y así formar parte de distintos grupos. De este modo, un trabajador de una organización pertenece al público interno de la misma como empleado, pero si además de esto consume los productos o hace uso de los servicios que ofrece de dicha organización, no sólo desempeñaría el rol de empleado, sino que también pertenece al público externo como consumidor y asumirá uno u otro rol de acuerdo a la circunstancia y a sus intereses en un momento determinado.

En este sentido, Allport (en Capriotti 2009:77) explica su teoría de inclusión parcial de los individuos a los distintos roles: “En cada momento, dependiendo del tipo de interacción que desarrollen con otros sujetos, las personas desempeñarán un rol específico. Cada individuo asumirá dicho rol específico en ese momento, para luego dejarlo de lado y asumir otro rol diferente” (Capriotti, 2009:77)

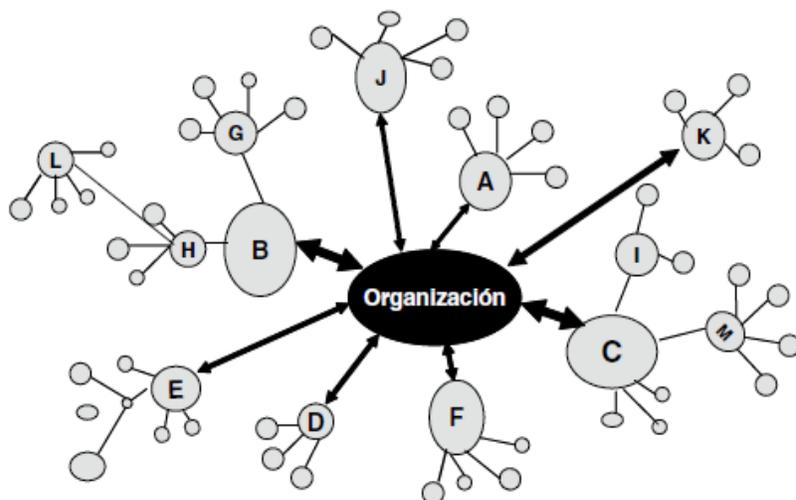


Figura 3. Interacción de los públicos con la organización.
Fuente: Capriotti (2009:74)

Mediante el proceso de interacción de los públicos con la organización, se logra identificar el “status” y “rol” que juega cada uno de éstos. En relación, Gross (en Capriotti, 2009:75) define estos términos expresando que “el status puede ser definido como el lugar que una persona ocupa en un sistema de relaciones sociales, mientras que el rol es definido como el conjunto de expectativas y obligaciones aplicadas a una persona que ocupa una determinada posición”.

Tomando como punto de partida la definición de público y los conceptos de status y rol propuestos por Gross, Capriotti redefine la noción de público como "el rol que desempeñan un grupo de personas que ocupan un status determinado en relación con una organización"(2009:75).

Es importante destacar que la segmentación de públicos de acuerdo al rol que desempeñan permite a la organización enviar mensajes cónsonos con los intereses de éstos y escoger el medio más idóneo para hacerlo, haciendo más efectivo el proceso comunicacional. Tomando en cuenta que cada público se formará una imagen propia de la organización basándose en las interacciones que tiene con ésta y con otros públicos, se hace importante que los mensajes sean los más específicos y segmentados posibles, para obtener mejores resultados comunicacionales.

Todo público tiene derecho a opinión, la cual según Gómez y Villalobos (1998:57), es la respuesta de un individuo a determinado estímulo. Estos autores ven una importante relación entre la formación de la imagen y el fenómeno de la opinión pública; explican que la opinión está influenciada por la imaginación y las creencias, y que la asimilación de esta opinión vendría a producir imágenes. Asimismo, éstos autores aseveran que “la imagen es opinión y viceversa”.

Por su parte, Capriotti (1992:42) señala que la opinión de los públicos viene a ser la expresión verbal de la imagen que éstos tienen de la organización. Por tanto si la opinión es la verbalización de la imagen que los públicos se han creado de una organización, se hace importante para fines de esta investigación conocer más acerca de la opinión, para determinar qué imagen se forman los públicos.

2.2.4. Opinión pública

En este tercer eje temático se estudiará qué es la opinión y qué es la opinión pública, cómo se genera la opinión pública y se ampliará la importancia que éstas tienen para la imagen organizacional.

2.2.4.1. Opinión

Para Juan Merchán, la opinión es una condición psicológica integrada por diferentes elementos, los cuales deben ser tomados en cuenta para analizarla, mediar e incluso influir en ella. Por su parte, Haroldsen y Blake consideran que la opinión es:

El producto de las actitudes de un individuo que, ante ciertas condiciones de su ambiente social, ordena sus actitudes en jerarquía. Cuando un individuo escribe algo o habla, expresa su jerarquía de actitudes: expresa una opinión...Una opinión es, por tanto, la expresión de una actitud en palabras. (Haroldsen y Blake en Abreu, 2009:23).

El concepto de opinión propuesto por Gómez y Villalobos (1998:57) tiene características del conductismo. Para ellos, la opinión viene a ser la respuesta que un individuo tiene a determinado estímulo proveniente del entorno. Los autores explican que los distintos mensajes percibidos son interpretados para la posterior adopción de actitudes, generando así una opinión individual.

Para Iván Abre Sojo (2009:26-27), los componentes de opinión son la materia y la forma. La materia se trata del tema sobre el que se está opinando, mientras que la forma describe el cómo se expresa esa opinión, y se subdivide en dirección -favorable o desfavorable- e intensidad -radical, moderada-.

2.2.4.2. ¿Qué es opinión pública?

Una vez expuesto el concepto de opinión y los componentes de la misma, puede darse el siguiente paso hacia la definición de opinión pública. La opinión pública es definida como el:

[...] conjunto de procesos psicosociales que comprenden actitudes, verbalizaciones y aún conductas manifiestas, cuya base está en la historia, tradiciones y modos de socialización de una sociedad determinada, en un sistema político y económico [...] que suponen como mecanismos básicos de activación asuntos actuales de interés general. (Abreu, 2009:48).

Dader (en Abreu, 2009:42) destaca, que la opinión pública está relacionada con aquellos temas que son reconocidos por “todos” como relevantes, y que aunque los integrantes de un sistema no compartan el mismo punto de vista, éstos conocen de qué se trata cada contenido sometido a opinión. A pesar de esta concepción, cada día se hace más común que asuntos privados sean temas de opinión pública como es el caso de la vida de los artistas que si bien no es relevante para “todos”, este tema se suele posicionar en la palestra pública.

De lo anteriormente expuesto, D’Adamo, García y Freidenberg (2007:21) definen la opinión pública como: “la expresión de cualquier colectivo que tenga la capacidad de manifestarse acerca de un objeto de origen público o privado pero de exposición pública, en un ámbito socialmente visible”.

Por su parte, Abreu (2009:42) expone los postulados de la autora alemana Noelle Neumann, y explica que los análisis realizados por ésta tienen una perspectiva psicosociológica, pues define la opinión pública como “un conjunto de las manifestaciones comportamentales o simbólicas que reflejan la mentalidad y los sistemas conceptual/valorativos de una población”.

En lo que respecta a la opinión pública, el autor Mateucci (en D’Adamo, García y Freidenberg, 2007:20-21) expresa que la noción de “público” de este concepto tiene un doble sentido: en primer lugar, porque desde el momento de su

formación no es privada, sino que nace de un debate público. Y en segundo lugar, porque su objeto de debate debe ser asuntos públicos que conciernan a la mayoría.

Es evidente que la opinión pública no emana de la nada, al contrario, es el producto de un proceso donde interactúan diversos factores. Con relación a esto, se evaluará la perspectiva de tres autores con relación a la formación de la opinión pública.

2.2.4.3. ¿Cómo se genera la opinión pública?

El primer autor en plantear su teoría es Young en 1956 (citado por D'Adamo, García y Freidenberg, 2007:10), quien utiliza un criterio historicista para identificar dos modos diferentes de formación de la opinión pública: “el proceso de formación de la opinión en la sociedad primaria y el proceso de formación de la opinión en la sociedad de masas”.

En cuanto a la sociedad primaria, el autor explica que, “en Estados Unidos la opinión pública surgía de la asociación de los ciudadanos de una aldea o comunidad determinada con el objetivo de llegar a algún acuerdo con relación a las cuestiones públicas” (Young en D'Adamo, García y Freidenberg, 2007:11). Los ciudadanos se reunían para discutir los problemas referentes a la comunidad donde viven, como se hacía anteriormente en la plaza pública de la polis griega.

Por otra parte, la formación de la opinión pública en la sociedad de masas, es presentada por Young como una consecuencia de la Revolución Industrial (1880), lo que trajo consigo cambios estructurales a nivel social, económico y político, producto de la industrialización del trabajo, el nuevo auge comunicacional, las grandes empresas y el crecimiento acelerado de la población, entre otros factores. En este contexto, Young considera que tiene lugar “un proceso original a partir del cual los individuos comenzaron a adquirir nuevas actitudes y valores” (en D'Adamo, García y Freidenberg, 2007:11), y las relaciones cara a cara fueron delegadas para convertirse en mera cortesía.

El autor continúa explicando que todo éste proceso transforma la anterior concepción de opinión pública, lo que trae a su vez cambios en:

a) El radio y los instrumentos de estimulación, puesto que se ampliaron e incrementaron de manera significativa; b) la vida urbana, que fue configurándose como necesariamente más compleja, más flexible y más móvil; c) las relaciones económicas, sociales y políticas, que comenzaron a tener un alcance mayor; d) la naturaleza de los problemas, porque dejaron de centrarse en lo local para alcanzar una dimensión global; e) el flujo acelerado de la información, que modificó los tiempos de vigencia de los temas. (Young en D'Adamo, García y Freidenberg, 2007:11)

La segunda teoría sobre la formación de la opinión pública, es propuesta por los autores Foote y Hart (1953) (en D'Adamo, García y Freidenberg, 2007:15), quienes identifican cinco fases colectivas en el proceso de formación de la opinión pública:

La primera fase es el problema, “en la que una situación es considerada como problemática por una persona o grupo, pero el problema y sus consecuencias no han sido completamente definidos”. La segunda vendría a ser la propuesta, “en la que tendría lugar la formulación de una o más líneas de acción como respuesta al problema ya definido”. La tercera fase se denomina fase política, “en la que el centro de atención se encuentra en el debate activo: se discuten todas las propuestas y alternativas y la viabilidad de aplicación de cada una de estas soluciones”. La cuarta fase es la programática, “el momento en el que se lleva a cabo la acción aprobada en las etapas anteriores”. Por último la quinta, es la fase de valoración, “involucra las evaluaciones periódicas de la eficacia de la política elegida” (Foote y Hart en D'Adamo, García y Freidenberg, 2007:15).

El tercer autor al que se hará referencia es Deutsch (1974), quien formuló un modelo de sentido inverso, el de cascada:

1) Las inquietudes parten desde las élites económicas y sociales; 2) se trasladan a las élites políticas y del Gobierno; 3) circulan por redes de comunicación y por la acción de los creadores y difusores de los mensajes

que circulan en esas redes; 4) llegan a los líderes de opinión en el ámbito local y 5) alcanzan a los ciudadanos. (Deutsch en D'Adamo, García y Freidenberg, 2007:15).

Por otro lado, uno de los fenómenos que ha influido en el público receptor de mensajes al punto de cambiar sus opiniones es el liderazgo de opinión, éste engloba una serie de procesos llevados a cabo para tomar decisiones sobre asuntos públicos. (Klapper, en Abreu, 2009:100).

Noelle-Neumann sostiene que “los medios de comunicación constituyen la principal fuente para la observación que los individuos realizan del medio [...] [Y] considera que los periodistas son actuales líderes de opinión”. Sin embargo, las investigaciones realizadas por Klapper han demostrado que los individuos han sido más influenciados por los líderes de opinión que por mismos medios, ya que el primero “puede transmitir o aprobar el material acorde con las normas de su grupo y dejar de transmitir o atacar el material opuesto a ellas” (Klapper, en Abreu, 2009:101). Por su parte, Lazarfeld y Katz (1979) consideran que estos líderes de opinión son influenciados a su vez por los medios de comunicación masiva.

Ante el papel que asumen los líderes de opinión sobre los mass media, los primeros se han hecho merecedores de las siguientes características:

a) Actúan como correa de transmisión entre la comunicación social y la comunicación de grupo, y la comunicación va desde los medios hasta los líderes de opinión y de éstos al resto del grupo; b) abonan el terreno en el grupo para recibir el impacto de los medios y acomodan sus mensajes a la experiencia grupal; c) suelen estar más expuestos a los medios de comunicación, mejor informados y con mayor interés por los temas de su influencia; d) ocupan posiciones centrales en las redes de contacto personal y, por tanto, la gente los busca para consejo, ideas, valoraciones y cualquier información complementaria; e) se hallan en todos los niveles socioeconómicos; f) no necesariamente es el líder del grupo ni lo refleja, pues su liderazgo depende del conocimiento de ciertos temas o problemas, aun cuando sea de corta duración; g) casi siempre son mejores líderes de opinión aquellos con mayor arraigo en el grupo; h) se es líder de opinión más por el prestigio o autoridad debidos a su dominio del tema

que ha despertado la atención del grupo que por rasgos de personalidad; i) el liderazgo de opinión fluye horizontalmente más que verticalmente; j) es distinto del concepto tradicional de líder, suele aparecer entre las personas más jóvenes, mejor informadas y con mayores contactos sociales. (Monzón, en Abreu, 2009:103).

Por tanto, el efecto que los medios causan en el público forma parte de una cadena de influencia, pues los líderes de opinión mantienen un contacto mayor con los medios de comunicación social para la selección de los contenidos a difundir.

Otro punto que hay que tomar en cuenta cuando de opiniones se trata, es el ocultamiento de las mismas o quienes sólo tienden a opinar cuando sus postulados coincidan con los del resto -la mayoría-, y evitan comentar cuando consideran que sus criterios son iguales a los de un grupo minoritario. De esta manera, se genera un proceso en “en espiral” ya que el punto de vista explícito tiene mayor peso, mientras que el otro es ignorado hasta desaparecer. Es esto lo que se conoce como “la hipótesis de la espiral del silencio” (Noelle-Neumann, en D ’Adamo, García y Freidegerg, 2007:112).

Noelle-Neumann señala que quienes se reservan sus comentarios enfrentan una amenaza de aislamiento, ya que “el clima de opinión depende de quién hable u quién permanezca en silencio. Esta autora además explica que la sociedad tiene la capacidad de estimar de manera casi intuitiva la distribución de las opiniones sobre algún tema, y por ende, conocen si las propias son iguales a la de la mayoría o a la de la minoría. (D ’Adamo, García y Freidegerg, 2007:112).

En general, según esta teoría la sociedad amenaza constantemente con mantener aislados a quienes prefieren reservar sus opiniones por no ser compartidas con el resto de un grupo, y quienes prefieren callarse experimentan el temor a ser rechazados si se hacen escuchar. Ante esta situación, el miedo al aislamiento hace que las personas evalúen continuamente el clima de opinión y los comportamientos en público,

relacionados sobre todo a la expresión o la reserva de las opiniones, terminan siendo afectados.

Pero, ¿cómo influye la opinión pública en la imagen de una organización?, ¿cuál es la importancia que ésta tiene para la imagen institucional? Como ya se ha hablado, la opinión pública nace del público o los públicos que expresan su postura ante un tema que se encuentre en la palestra pública; si los públicos son quienes construyen la imagen de la organización, la opinión pública que se tenga de ésta vendrá a ser la imagen verbalizada que tengan estos, pudiendo influir en otros públicos.

2.2.4.4. Importancia de la opinión pública para la imagen institucional

Gómez y Villalobos (1998:57) señalan que el proceso de la opinión pública es muy complejo al estar relacionado con la conducta del ser humano. Estos autores destacan que la percepción es importante para la formación de opinión, aunque también es un elemento fundamental para la construcción de la imagen.

Si entendemos la percepción como un conjunto de sensaciones procesadas e interpretadas por el individuo con la ayuda de sus conocimientos y valores, observamos que son muchos los elementos que entran juego para que este mecanismo opere... [Entonces] definitivamente, existe una muy importante relación entre el fenómeno de la opinión y todo el proceso sistemático que desemboca en la imagen corporativa (Gómez y Villalobos, 1998:57).

Estos autores continúan explicando que “la opinión está regida por la imaginación y por las creencias y que su internalización va a producir imágenes” (1998:58). Por último Gómez y Villalobos afirman que “la imagen es opinión y viceversa”.

Por su parte, Capriotti señala que la opinión de los públicos viene a ser la expresión verbal de la imagen que estos tienen de la organización (1992:42).

Nicolás Maquiavelo en su *Discursos a Tito Livio*, sostuvo que “un hombre sabio no ignorará la opinión pública acerca de cuestiones particulares, como la distribución de cargos y preferencias” (Maquiavelo en D’Adamo, García y Freidenberg, 2007:4). Partiendo de esto, D’Adamo, García y Freidenberg, analizando el texto de Maquiavelo explican que:

La opinión se consideraba, entonces, como equivalente a la imagen que los súbditos tenían del príncipe o de los gobernantes. Por tanto, según Maquiavelo, para gobernar sólo era necesario conocer la imagen que el vulgo ‘esperaba’ de su gobernante y, simplemente, ofrecérsela. (D’Adamo, García y Freidenberg, 2007:4)

Por otro lado, Scheinsonh considera que:

La opinión pública es una de las principales fuerzas del mundo moderno. La Real Academia Española la define como el “sentir o estimación en que coincide la generalidad de las personas acerca de asuntos determinados”. Sabemos que hoy en día, la opinión pública puede construir o destruir una empresa, ya sea ésta comercial o política. Sin duda, la comunicación se impone como un área imprescindible de ser gestionada. (Scheinsonh, Daniel 1998:92).

Gómez expone la influencia que puede llegar a tener la opinión pública en la imagen corporativa, en especial en el caso de las organizaciones públicas y los servicios:

Tanto a nivel político, económico, cultural o social, las organizaciones están sujetas a operar cambios que las afectan de algún modo y crean estados de opinión. Cuando esto ocurre, el proceso estratégico de comunicación toma mayor vigencia.

De tal modo que cuando se trata de un servicio público, el organismo debe actuar con la máxima celeridad posible para que el ciudadano esté bien informado sobre la marcha del mismo, especialmente en momento de averías o crisis. De no hacerse así se corre el peligro de dejar al azar la circulación de rumores que a la larga afectan la imagen de una organización. (Gómez, 2008:73).

Cuando se habla de opinión pública, es importante mencionar también los medios de comunicación social, ya que éstos juegan un papel fundamental en este proceso. Con relación a lo anterior, D'Adamo, García y Freidengerg apuntan que los “medios de comunicación de masas y opinión pública constituyen una tándem inseparable. Analizar unos sin la otra implica perder una porción apreciable del fenómeno” (2007:1).

2.2.5. Medios de comunicación

El apartado de los medios de comunicación social, es uno de los más relevantes para esta investigación, ya que son de gran influencia al momento de construir opiniones y por tanto imágenes. Ellos tienen el poder de hacer un asunto de interés público, o por el contrario restar interés a determinados asuntos.

Con respecto a ellos, se definirá qué son los medios de comunicación, sus tipos y se explicará el modelo de comunicación de Schramm –el cual se considera que es el que mejor explica el proceso de comunicación de masas-. Posteriormente, se expondrá la importancia de los medios de comunicación social tanto en la formación de la opinión pública como en la creación de imagen.

2.2.5.1. Definición de medios de comunicación

Antes de abordar la importancia de los medios de comunicación en la opinión pública, se hace necesario profundizar en su definición, clasificación y el proceso comunicativo que estos generan.

Los medios de comunicación también conocidos como mass media o medios de comunicación de masa, según Roy y Morales (en Ferrero, 1982:449) son “los canales de difusión y medios de expresión que se dirigen no a un individuo o persona, sino a un ‘público-destinatario’, definido por unas características socioeconómicas y culturales en el que cada receptor es anónimo”. En última instancia, son considerados por dichos autores como “un aparato de amplificación social” y a su vez, como

“vectores unidireccionales” que transmiten un determinado mensaje construido por uno o más individuos hacia un público más amplio.

Asimismo, con cierto pragmatismo denominan “media” a un conjunto de soportes de iguales características, y definen el término “soporte” como aquel vehículo de única identidad que puede orientar un mensaje cualquiera de un sujeto o de un pequeño grupo de individuos, hasta un público integrado por un número mucho mayor.

Por su parte, el autor Jorge Consuegra considera que los medios de comunicación de masa “son las formas industrializadas de producir información y entretenimiento en la sociedad de consumo” (2002:56). Son capaces de estar al alcance de prácticamente toda la población urbana y una parte considerable de la rural, con ansias de implantar patrones universales de comportamiento y consumo que lograrán su objetivo, dependiendo del tipo de medio de comunicación a utilizar.

2.2.5.2. Tipos de medios de comunicación

Una clasificación de medios de comunicación social es planteada por Manuel Martín Serrano (1977:83). Este cataloga a los mass media según las características de sus lenguajes, y los distingue por la relación que guardan los signos que emplean con el referente. Este autor los separa en medios abstractos, los cuales comunican mediante signos con una forma que no se parece a la del referente; y en medios icónicos, que recurren a signos isomorfos con respecto al referente.

Serrano también los distingue de acuerdo a la “relación temporal que guarda el momento de la presentación del mensaje, con el momento en el que existe el referente, para diferenciar los medias acrónicos de los sincrónicos” (1977:84).

Se denominan medias acrónicos los que por naturaleza o uso “comunican un mensaje mediando un lapso de tiempo más o menos largo respecto al momento en el que existió o sucedió el referente”, mientras que los medias sincrónicos “pueden

comunicar un mensaje simultáneo con la existencia temporal del referente” (Serrano, 1977:84).

Entre los ejemplos de medias acrónicos, que al mismo tiempo son abstractos, se pueden mencionar los libros, o la radio cuando emite noticias del pasado o el tiempo que hará al día siguiente. Y entre los acrónicos que son icónicos, cabe nombrar al cine, la prensa, las revistas ilustradas y la televisión cuando transmite un reportaje de archivo.

Por su parte, un media sincrónico que pertenece a los abstractos es la radio, cuando por ejemplo, trasmite un mitin en vivo. Y entre los sincrónicos que son icónicos, se encuentran la televisión cuando transmite lo que sucede al momento como en el caso frecuente de los partidos de fútbol o béisbol.

Otra distinción de los medias se establece a partir de la naturaleza de los códigos respectivos desde el punto de vista de la comunicación. “Un medio abstracto solo puede comunicar si hace uso de un código social particular, compartido por los emisores y los receptores” (Serrano, 1977:85). Por ejemplo los libros, que están dirigidos a lectores que conocen en qué idioma están las obras; o la radio, orientada a quienes pueden expresarse y entender la lengua en la que transmite sus contenidos.

En el caso de los medias icónicos, “potencialmente pueden comunicar remitiendo a los códigos sociales generales” (Serrano, 1977:85). Por ejemplo, los programas de televisión relacionados a olimpiadas o una guerra que pueden ser transmitidos y comprendidos por todos los de un mismo ámbito cultural, sin necesidad de traducciones porque las imágenes y los códigos sociales generales les permiten rehacer el significado del discurso icónico.

Por otro lado, los medios de comunicación social de acuerdo a su evolución, se pueden clasificar en *impresos*, por su contenido representado a través de la escritura, como la prensa, las revistas, los libros, entre otros; los *sonoros*, cuyos mensajes pueden ser percibidos a través del oído, como en el caso de la radio y el teléfono; los *visuales*, que poseen información icónica (hace uso de la imagen para

construir mensajes), como la publicidad; los *audiovisuales*, que permiten percibir sus mensajes a través de la vista y el oído, como la televisión y el cine; y finalmente los *multi-mediáticos*, en los que se encuentra una fusión de todos los elementos de los medios anteriores, como el caso de la Internet. (Disponible en el URL: <http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/premilitar/Tema8.html> [consulta 20 de febrero de 2012]).

Cabe destacar, que en cada medio de comunicación intervienen ciertos elementos para que los fenómenos comunicativos ocurran. A continuación, se describe el proceso de comunicación de masas desde la perspectiva de Wilbur Schramm.

2.2.5.3. Proceso de comunicación (modelo de Wilbur Schramm).

Muchos estudios se han realizado sobre la comunicación de masas: sin embargo, en 1970 Wilbur Schramm inició investigaciones que le permitieron llegar a significativas conclusiones sobre las variables que influyen en la audiencia a través de los mass media.

Rodrigo señala los cuatro factores que Schramm caracteriza de resaltantes en el proceso comunicativo. El primero es el mensaje, el cual puede ser manipulado por quien lo comunica, al punto de elegir cuándo y dónde transmitirlo. El segundo tiene que ver con el momento en el que se recibe la comunicación. El tercero toma en cuenta la personalidad del receptor y el cuarto factor corresponde a las normas (Rodrigo, citado por Capriotti 1992:71-74).

Los descubrimientos de Schramm sobre su modelo descriptivo de la comunicación plantea también la existencia de campos de experiencia, es decir, “la necesidad de que estos campos coincidan, aunque sea de forma mínima, para que pueda existir la transmisión del mensaje, y que cuanto más amplia sea esta zona de experiencia común, la comunicación se desarrollará con mayor facilidad” (Capriotti, 1992:71-74). El emisor producirá un mensaje codificado de acuerdo a sus

conocimientos o su experiencia, y lo transmitirá a un receptor que deberá conocer el conjunto o sistema de signos utilizados por el emisor para lograr su comprensión. Será el mismo nivel de experiencia o de conocimiento personal del receptor con respecto al emisor, el que garantizará una correcta decodificación del mensaje.

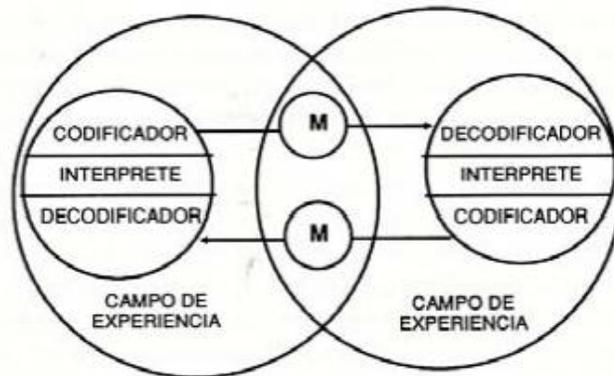


Figura 4. Modelo de Schramm. Fuente: Capriotti (1992:72)

Schramm también introducen en su modelo el concepto de feedback, el cual puede ser instantáneo, entendido como la posibilidad que tiene el receptor de convertirse en emisor y dar respuesta al mensaje recibido (Capriotti, 1992:71-74).

Aunque este investigador no se preocupó por todo el proceso que requiere la producción de información, por la transformación de los acontecimientos en mensajes, ni por las características de cada medio o su influencia al difundir contenidos, este modelo comunicativo se adecúa a esta investigación ya que las palabras que utilicen los medios de comunicación impresos seleccionados para este estudio y la redundancia de los términos, influirá en los lectores para que formen una imagen positiva o negativa de Corpoelec-Miranda.

Son los usuarios a través de su campo de experiencias almacenadas por la interacción diaria con el servicio ofrecido por esta empresa estatal, quienes decodifican con mayor o menor facilidad los mensajes transmitidos por los medios impresos.

Por su parte, dependiendo de los mensajes que difundan los medios, se generará en la empresa o en los lectores un feedback positivo o negativo (retroalimentación).

Si A recibe una comunicación y corrige su conducta de acuerdo con lo que ha recibido de B, se ha dado una retroalimentación o feedback negativo. La retroalimentación positiva existe cuando aumenta la tendencia, por ejemplo: si un conferencista está hablando muy rápido, y las preguntas vienen en tropel, será feedback positivo si aumenta la velocidad. Contrariamente, el feedback negativo ocurre cuando el conferencista modifica su conducta expositiva disminuyendo la velocidad, en virtud del alboroto provocado. (Ruesch, en Galeno, 1997:41).

Por ejemplo, si el servicio eléctrico ha presentado problemas y el medio impreso publica algún contenido que justifique las fallas eléctricas, es posible que el usuario comprenda y retracte sus quejas ante dicha situación, es decir, se habría generado un feedback negativo; pero si en caso contrario el usuario no se siente convencido ante el supuesto origen del problema y sus quejas sobre el servicio se incrementan, habría ocurrido un feedback positivo. Colocando este modelo a la organización, se dará un caso similar al expuesto como retroalimentación negativa, los medios envían un mensaje referente a queja de los usuarios, Corpoelec recibirá el mensaje y dará una respuesta.

Partiendo de esto, puede deducirse la influencia que puede llegar a tener los medios de comunicación social no sólo como difusores de información -relativamente confiable-, sino además como guías o moderadores en el debate público y el proceso de gestión de opiniones.

2.2.5.4. Medios de comunicación social como generadores de opinión pública.

Ante la masificación de la sociedad, se han ampliado los canales difusores de información, y los medios de comunicación social han influido de tal manera que se puede hablar actualmente de la existencia de una sociedad mediática.

El sociólogo C. Wright Mills expuso su idea sobre la influencia directa de los medios sobre la opinión pública:

1) Los medios le dicen al hombre de la masa quién es – le prestan una identidad; 2) le dicen qué quiere ser – le dan aspiraciones; 3) le dicen cómo lograrlo – le dan una técnica, y 4) le dicen cómo puede sentir que es así, incluso cuando no lo es – le dan un escape. (Báez, 2000:77).

Este sociólogo se centró en las respuestas inmediatas que puede producir un estímulo (un mensaje). De esta manera se puede evaluar la correspondencia entre los contenidos transmitidos y la reacción del público. Es entonces cuando se habla del denominado modelo hipodérmico de la comunicación, el cual “supone que los mensajes producirán un efecto de persuasión directo, instantáneo, homogéneo y masivo sobre las actitudes y conductas de los receptores de la comunicación” (WrightMills, en D’Adamo, García y Freidenberg, 2007:31)

En este caso se pone en práctica la conocida teoría de la fijación de la agenda, que consiste en elegir y exponer los temas sobre los cuales se quiere que la audiencia tome posición, afecten o no la vida o a los intereses individuales. (Disponible en el URL:http://www.profesionalesetica.org/documentos/cpm/estructura_etica_medios.pdf [consulta 20 de febrero de 2012]).

El autor Abreu (2009:127) señala que dicha teoría también ha sido denominada “tematización”, “agenda setting”, “establecimiento de la agenda” o “fijación de la agenda temática”. Sin embargo, Dader prefiere llamarla “canalización periodística de la realidad” o “efecto de canalización”, y la define como:

La orientación, conducción o canalización que las mentes de los ciudadanos sufren hacia unos repertorios de temas de preocupación pública, en detrimento de otros que nos son mencionados o destacados, como consecuencia de la selección previa de asuntos que realizan los mass media. (Dader, en Abreu, 2009:127).

Los autores D'Adamo, García y Freidengerg exponen la importancia de los medios en la opinión pública:

Los *mass media* son vehículos a través de los cuales se construyen cogniciones socialmente compartidas y formas de interpretar la realidad [...] Alimentan el flujo de la opinión pública, crean tendencias en ella, o proveen cotidianamente de objetos de atención y pensamiento, así como relaciones y explicaciones relativas a ellos. Los medios no sólo comunican, sino que también generan corrientes de opinión y formas de interpretar los sucesos. (2007:xi)

Estos autores citando a McCombs y Shaw (1972), consideran que los medios no te dicen qué pensar, sino sobre qué pensar, pues como se mencionó anteriormente estos establecen los temas que deben ser tomados en cuenta en el ámbito público. “Este establecimiento de la jerarquía de temas, con el táctico componente de su importancia otorgado a través de la persistente reiteración de una cuestión por encima de otras, incide en la formación de tendencias de opinión.” (D'Adamo, García y Freidengerg, 2007:27).

Por último, D'Adamo, García y Freidengerg explican lo siguiente:

Los mensajes que parten de los medios llegan al espacio público informativo pasando a formar parte del clima de opinión y, si logran captar la atención de los receptores, los medios lograrían influir sutil pero efectivamente en la formación de la opinión pública. (D'Adamo, García y Freidengerg, 2007:115).

Es fundamental mencionar, que los mass media no son sólo colaboradores en el proceso de construcción de la opinión pública, sino también en la percepción de la imagen corporativa.

2.2.5.5. Intervención de los medios de comunicación social en la percepción de la imagen.

Son pocas las instituciones capaces de mostrar una porción de la realidad a través de sus mensajes. Los medios de comunicación, por su parte, son los actores más destacados al momento de dar a conocer ante las masas una perspectiva de determinados escenarios. Ante esto, se fundamenta la idea de que la población construye una imagen de las organizaciones a partir de las informaciones publicadas por los medios.

Desde la aparición de los medios se han hecho diversos estudios justamente para evaluar la influencia de ellos en sus públicos. Uno de estos trabajos es el de Cantril (1940), “The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic”, el cual se centró en conocer la opinión pública de una supuesta “invasión marciana”.

Para este estudio, la noche del 30 de octubre de 1938, Orson Welles durante la transmisión del programa “La guerra de los mundos”, se encargó de describir de forma muy realista el momento cuando presuntamente los marcianos invadían el planeta y amenazaban a toda la población. Cantril comenta que “probablemente jamás se ha visto tanta gente súbita e intensamente conmocionada en calles y paseos de todas las localidades del país como durante la noche en cuestión”. (Cantril, en D’Adamo, García y Freidenberg, 2007:33-34).

Según un sondeo de la AIPO (Instituto Americano de Opinión Pública) realizado seis semanas después de la transmisión de dicho programa, fueron miles de personas las que escucharon el fingido acontecimiento.

El 28% admitió haber aceptado la transmisión como un noticiero y, a su vez, el 70% de los que creyeron que estaban escuchando noticias se asustaron. Eso

significaría que más o menos 1,7 millones de personas aceptaron la emisión como un boletín informativo y que 1,2 millones se asustaron. (D'Adamo, García y Freidenberg, 2007:33-34)

De esta manera, quedó confirmado para Cantril el poder que tiene un medio de comunicación como la radio en los radioescuchas, pues muchas personas además de sentir pánico, alegaron haber visto marcianos en medio de tanto escándalo.

Otra prueba de la influencia de los mass media es comentada por el autor Sotelo, explica que aunque las condiciones de vida de las personas han mejorado y permitido avanzar a nivel instruccional, el conjunto de saberes que los grupos sociales manejan, forman parte de una serie de estereotipos captados a través de los medios de comunicación social (Sotelo en Losada, 2002:102).

La teoría del distanciamiento social o teoría de la “brecha” en el conocimiento, esbozada por Svalastoga en 1970, observa la necesidad de incluir un “status de grado de información”, es decir, incluir los aspectos socioeconómicos que permiten una mayor o menor comprensión de los mensajes transmitidos por los medios (Abreu, 2009:102).

Los autores Tichenor, Donohue y Olin explican la teoría de la “brecha” en el conocimiento de la siguiente manera:

Cuando la difusión de información de los mass media aumenta en un marco social, los segmentos de población con mayor estatus socioeconómico tienden a adquirir esta información en una escala más rápida que los de estatus inferior, por lo que el desnivel de conocimiento entre ellos... tiende a aumentar en lugar de a decrecer. (Tichenor, Donohue y Olin, en Abreu 2009:103)

Por su parte, Monzón (Abreu, 2009:103) explica que además de influir el status socioeconómico en el origen de la brecha, también se debe considerar el nivel educativo, la motivación o interés social y la sucesión temporal. Los medios de comunicación se han encargado de abrir o cerrar “brechas” en sus públicos, y de acuerdo a ello, la percepción de la “realidad” expuesta por los medios varía o se

mantiene igual a la experiencia personal del individuo receptor de los contenidos informativos.

Es así como las personas construyen distintos discursos de una realidad con mayor o menor carácter de credibilidad según sea el caso, con los medios de comunicación ocurre lo mismo. Estos son accesibles para un significativo número de personas, y sus contenidos tienen para los receptores un alto nivel de legitimidad. Sin embargo, más que un discurso, se trata de una diferencia de poder:

Los medios tienen un protagonismo decisivo: no sólo intervienen en los procesos de construcción de los acontecimientos, sino que participan directamente en la formación de las imágenes de las organizaciones y, por ende, en la formación de los sentidos que dan razón de aquellos. (Benavides, en Losada, 2002:102).

Son estos canales difusores de información quienes además intervienen en la formación de una imagen que cada sujeto puede tener de una organización. Cada quien le asigna un sentido a los mass media, y “en el proceso de recepción de mensajes los medios satisfacen una gama de intereses y placeres legítimos de la audiencia” (Jasen, en Losada 2002:103)

En este sentido se establece una generación de imagen corporativa dependiendo del contexto de los receptores, donde los mensajes informativos adquieren sentido. Son el conjunto de valores individuales los que se verán influenciados por las informaciones de los medios. Con relación a esto, D’Adamo, Garcia y Freidengerd apuntan que “Los *mass media* [...] transmiten y crean imágenes, ideas, información y acontecimientos que forman parte de los sistemas políticos, sociales y culturales” (2007:xi).

En el marco de la prensa escrita, todo mensaje tiene dos partes importantes. La primera es de carácter textual, pero únicamente a través de esta no se puede realizar un análisis en términos de imagen, sino que se debe profundizar hasta conocer de qué manera “son asimilados e interpretados los contenidos por parte de los receptores”. Es entonces cuando aparece la segunda parte del mensaje que se refiere

al contexto, donde cada asociación por parte del individuo receptor permite percibir e interpretar de una manera distinta el mensaje con respecto a otro miembro que forma parte del mismo público (Losada, 2002,104).

Para que todo el proceso antes mencionado ocurra, el medio debe tener un nivel de credibilidad que garantice que los receptores confiarán en sus informaciones, pues este representa un factor importante “para la consecución de apreciaciones, opiniones y percepciones sobre una organización, al ser los medios de comunicación” entes que no guarda ninguna relación con los interés de la organización. Sin embargo, los públicos internos de la misma, difícilmente cuestionaran sus experiencias particulares en la institución con los contenidos mediáticos (Losada, 2002:104).

En referencia, Perceval explica que “como públicos, decodificamos la multiplicidad de noticias y comentarios de noticias que recibimos en la actual comunicación de masas construyendo con ellas un sentido personal de cada acontecimiento” (Losada, 2002:105).

Por su parte, Van Dijk señala de manera resumida y esquematizada los aspectos que participan en la percepción de la imagen a través de los mass media:

- a) Significado tal y como es expresado en el texto. B) Información derivada del modelo contextual. c) Información derivada de nuestro conocimiento general, socioculturalmente compartido. d) Información derivada de nuestras experiencias propias. (Losada, 2002:105).

En estos aspectos se aprecia con mayor claridad el proceso que va desde la lectura de los contenidos informativos, hasta la intervención de particulares experiencias de los públicos, al punto de establecer las diferentes razones por las cuales un individuo puede percibir de manera distinta o similar determinada imagen organizacional y generar una opinión sobre la misma.

Los medios son un puente que une la empresa con sus diferentes tipos de públicos, a través de ellos la organización hace llegar a sus usuarios o consumidores la identidad y cultura corporativa en pro de intentar dirigir la imagen que

posteriormente se crearan las personas. Además, los medios también sirven como fuentes de información y enlace de un público con otros, convirtiéndose así en un canal de información que ayuda al proceso de percepción de la imagen.

Como se ha visto, la construcción de la imagen organizacional es un proceso sistemático en el que entra el juego distintos elementos (experiencia, impresiones, valoraciones, opiniones de terceros, entre otras), y la opinión no es más que la verbalización de esa imagen construida. En todo momento la opinión pública estará sujeta a la interacción entre quienes integran una sociedad y los medios de comunicación social que marcarán la agenda de interés, e influirán al mismo tiempo sobre el proceso de percepción de la imagen de una organización.

Los medios de comunicación social son creadores de discurso, el cual desde una perspectiva lingüística se define como un registro oral o escrito. Los medios crean un tipo particular de discurso informativo que se conoce como discurso periodístico; pero antes de hablar de este último se hace necesario explorar otros aspectos del discurso como su definición y características.

2.2.6. El Discurso

Como se mencionó anteriormente, en este apartado se explorará qué es el discurso, sus características y la noticia como discurso. Además para fines de comprender a cabalidad la metodología que se explicará más adelante, el grupo investigador incluyó dentro de las bases teóricas, el análisis del discurso, los niveles del discurso (gramatical, semántico, pragmático y las micro y macro estructuras) y por último el enfoque semántico pragmático del análisis del discurso planteado por Lourdes Molero.

2.2.6.1. Definición de discurso

Cuando se habla de este término se hace referencia a un hecho comunicativo como “resultado de un conjunto de operaciones cognitivas, lingüísticas e intencionales realizadas por el hablante” (Molero y Cabeza, 2005:52).

Por otro lado, la autora Adriana Bolívar define este vocablo como “una unidad lingüística o práctica discursiva, sino también como una práctica social que expresa o refleja entidades, comportamientos y relaciones y que además los constituye y conforma” (2007:203).

Por su parte, los discursos también son definidos como:

Formas de acción e interacción social, situados en contextos sociales en los cuales los participantes no son tan sólo hablantes / escritores y oyentes / lectores, sino también actores sociales que son miembros de grupos y culturas. Las reglas y normas del discurso son socialmente compartidas. Las condiciones, funciones y efectos del discurso son sociales y la competencia discursiva se adquiere socialmente. (Van Dijk, 1998:19, citado en Chumaceiro, 2005).

Asimismo, los autores Calsamiglia y Tusón señalan que el discurso “es parte de la vida social, desde el punto de vista discursivo, hablar o escribir no es otra cosa que construir piezas textuales orientadas a unos fines y que se dan en interdependencia con el contexto” (en Chumaceiro, 2005).

A continuación, se presenta la clasificación del discurso de acuerdo a la intencionalidad de los mensajes que éste puede contener.

2.2.6.2. Características del Discurso

Todo discurso posee ciertas particularidades que según los autores Molero y Cabeza (2007: 205-206) se deben tomar en cuenta al momento de realizar un estudio del mismo.

El discurso es referencial porque alude, construye o reconstruye la complejidad del referente real o imaginario (nivel referencial). Es cognitivo porque es el producto de una conceptualización (nivel

conceptual) de esa realidad. Es intencional porque siempre existirá un propósito de comunicación o un “querer decir” algo por parte de un emisor. Es lingüístico (nivel lingüístico) porque el hablante pone en práctica todos los conocimientos que posee acerca de su lengua. Es contextual porque está inmerso en un proceso de comunicación y se produce en una situación determinada; el discurso forma parte de un evento comunicativo donde existen diferentes interlocutores, al menos dos, tradicionalmente denominados emisor o enunciador y receptor o interpretante, que intervienen en una situación específica (tiempo, lugar, circunstancia) (Molero y Cabeza, 2007:205)

Otra de estas características se refiere al *contexto* en el que se realiza el discurso, pues este último no permanece aislado sino que se ubica en el tiempo y en el espacio. En cuanto al *propósito o intención comunicativa*, quien emite el mensaje lo elabora con una intención, que no siempre está explícito sino que a veces es descubierta tras las interpretaciones de los receptores del discurso. (Molero y Cabeza, 2007: 205)

Del mismo modo, es importante considerar su *estructura interna* ya que los emisores deben ordenar sus mensajes para asegurar su comprensión. A su vez, esto permitirá que quien analiza el discurso localice con mayor facilidad las ideas más importantes del mismo, conocidas como tópicos o temas. “Por otra parte, el significado en el discurso también se estructura en los modos de organización discursivos: enunciación, narración, descripción y argumentación (Charaudeau, en Bolívar, 2007: 206).

Por su parte, quien emite el discurso se enfoca en el cumplimiento de ciertas *funciones*, “mediante la utilización de *estrategias discursivas*, concebidas estas como el conjunto de mecanismos o recursos lingüísticos que ejecuta el emisor para el logro de unos objetivos específicos, en determinadas condiciones contextuales” (Molero y Cabeza, 2007: 206).

Cabe destacar que para fines de esta investigación, la noticia en la prensa escrita es fundamental y por ello se hace necesario estudiar sus características discursivas.

2.2.6.3. La noticia como discurso

La noticia como género periodístico posee un discurso particular, por lo que se hace merecedora de los siguientes conceptos:

1. Nueva información sobre sucesos, objetos o personas.
2. Un programa tipo (de televisión o de radio) en el cual se presentan ítems periodísticos.
3. Un ítem o informe periodístico, como por ejemplo un texto o discurso en la radio, en la televisión o en el diario, en el cual se ofrece una nueva información sobre sucesos recientes. (Van Dijk 1990:17)

Según este autor, “el lenguaje de las noticias expresa asociaciones sutilmente positivas y negativas con respecto a los protagonistas que se hallan involucrados en las noticias” (Van Dijk 1990:29).

Asimismo, la noticia es definida por Molero y Fernández como una “representación social de la realidad cotidiana, producida por organizaciones y periodistas que se dedican a interpretar los hechos para el público”. Quienes elaboran los contenidos noticiosos asumen un rol al producir los discursos, describen la realidad a su manera y que tanto las características del periodista, su ideología, creencia y/o política editorial del medio influya. Por esto, los procesos de selectividad y argumentación son importantes para la producción informativa, supervisada por sujetos con posiciones ideológicas, creencias e intencionalidad comunicativa. “El discurso de las noticias, entonces, construye la realidad en lugar de informar sobre ella (vasilachis, 1998) y, por tanto, condiciona la imagen que, del mundo, tienen los lectores” (Molero y Fernández, 2003:60-61).

Por su parte, el discurso noticioso -así como cualquier otro- ha sido objeto de estudio en el campo de las ciencias humanas y sociales, ya que su análisis puede ayudar a comprender el “papel fundamental del lenguaje, los textos y el habla en la vida cotidiana y en la sociedad en general”. (Van Dijk, en Bolívar, 2007:5)

2.2.6.4. Análisis del Discurso

Se conoce como un método interdisciplinario, que se interesa en el estudio de distintos contextos del discurso, es decir, en “los procesos cognitivos de la producción y la recepción, y por las dimensiones socioculturales del uso del lenguaje y la comunicación” (van Dijk, 1990:14).

Sin embargo, Van Dijk plantea que el concepto del término análisis del discurso se caracteriza por ser ambiguo. Este autor lo define no sólo como una disciplina “que estudia el texto y el habla o uso de la lengua desde todas las perspectivas posibles”, sino también como un “enfoque teórico y metodológico del lenguaje y el uso del lenguaje” que se define de acuerdo al objeto de análisis (1990:44).

Asimismo, este autor, en su libro *La noticia como discurso*, plantea que el objetivo principal del análisis del discurso radica en:

Producir descripciones explícitas y sistemáticas de unidades del uso del lenguaje al que hemos denominado discurso. Estas descripciones tienen dos dimensiones principales a las que podemos denominar simplemente textual y contextual. Las dimensiones textuales dan cuenta de las estructuras del discurso en diferentes niveles de descripción. Las dimensiones contextuales relacionan estas descripciones estructurales con diferentes propiedades del contexto, como los procesos cognitivos y las representaciones o factores socioculturales (Van Dijk, 1990:45).

2.2.6.5. Niveles del Discurso

De las dimensiones mencionadas anteriormente por Van Dijk (1990), surgen los niveles del discurso propuesto por este mismo autor. En el texto se tendrá a la gramática y la semántica; mientras que el contexto es el dominio de la pragmática.

2.2.6.5.1. Nivel Gramatical:

Esta disciplina propuesta por Ferdinand de Saussure se concentra en el estudio de los niveles fonológico y morfológico, fundando así una mezcla que posteriormente agruparía a estos niveles en el gramatical. En la década de los 50's, se agrega a los estudios de la gramática el nivel sintáctico, el cual describe “qué categorías sintácticas (como un sustantivo o frases sustantivas) pueden aparecer en las oraciones y qué combinaciones son posibles. Así, las reglas sintácticas especifican qué formas de oración, consistentes en categorías sintácticas, están bien construidas” (Van Dijk, 1990:46). Por tanto, el nivel gramatical del discurso estudia las “formas sonoras, formas de la palabra, [y] formas oracionales [...], tanto de las oraciones como de las secuencias textuales de las oraciones” (Van Dijk, 1990:46).

Con relación a esto, Omar Silva apunta que en este nivel Van Dijk:

[...] Nos remite a las estructuras materiales o concretas del discurso, [abarcando:] a) los gráficos, que permiten otra forma de aprehensión del texto y cumple a su vez funciones cognitivas sociales y lógicas, [las cuales vendrían a ser las teóricas de la realización gráfica fonológica] b) los sonidos o expresiones verbales o radiales que constituyen la estructura [fonético-] fonológica del discurso [...] c) la morfología, que construye la estructura gramatical del discurso y se interesa más por los neologismos, es decir, palabras o expresiones nuevas que conllevan otro sentido, así como por la terminología relacionada específicamente a determinados ámbitos, d) la sintaxis, que comprende la forma oracional y las expresiones jerárquicas de la expresión, y que tiene repercusiones directas en la construcción de significados [...] (Silva en Harb, 2006:32-33).

2.2.6.5.2. Nivel Semántico

En este nivel, Teun Van Dijk expone que la semántica se encarga de “los significados de las palabras, las oraciones y el discurso. Formula las reglas que asignan interpretaciones a las unidades y que combinan interpretaciones de unidades dentro de interpretaciones de unidades mayores” (Van Dijk, 1990:46). Este autor explica que en la filosofía y la lógica, la semántica también se ocupa de las interpretaciones, signando a las expresiones referentes (la verdad). Para Van Dijk,

una ilustración completa del discurso necesita ambos aspectos: el significado y la referencia; es decir, “los conceptos y las cosas (los objetos, personas, sucesos, etc.)” (Van Dijk, 1990:47).

Por su parte los autores Miquel Serra, María Solé y Elisabet Serrat, plantean que el nivel semántico muestra:

Cómo se realiza la significación mediante el lenguaje. Más en concreto, trata sobre el modo en el que se pueden relacionar los contenidos con las formas lingüísticas o, en otras palabras, el modo como se organizan los significados de acuerdo con los diferentes componentes de la lengua (Serra, Solé y Serrat 2000: 36).

Irene Tamba-Mecz en su texto sobre semántica expone que existen tres formas de concebir la semántica entre los lingüistas. La primera de ellas es la semántica como estudio del *sentido*, la cual considera “las características lingüísticas de las especificaciones, sin preocuparse de sus demás aspectos, filosófico o psicológico. La segunda forma en esta lista -probablemente la más relevante para la metodología que se propondrá más adelante- es la semántica léxica que se ocupa del sentido de las palabras refiriéndose a ellas como “*unidades de significación [...] palabras o unidades léxicas [...] sobre las cuales descansa el sentido de las lenguas*” (Tamba-Mecz, 2004:12). La última en esta clasificación es la semántica global, que abarca “todos los fenómenos de sentido relacionados con los sistemas y usos del lenguaje” (Tamba-Mecz, 2004:12).

Si se parte del precepto de que la semántica lingüística es el sentido de las palabras, se debe agregar obligatoriamente a los autores Baylon y Fabre cuando afirman que “no hay sentido sin signo” (Baylon y Fabre, 1994:18). Estos autores continúan su planteamiento dando una definición del signo aplicable para la lingüística y la semiología o semiótica: “signo se emplea para designar al conjunto de forma, audible o visible y su significación” (Baylon y Fabre, 1994:19). De este modo, se hace necesario remontarse a la semiótica o ciencia que estudia los signos y ésta no

puede abordarse sin hacer referencia al lingüista suizo Ferdinand Saussure - considerado padre de la lingüística moderna-.

Saussure define el signo como “una entidad de dos caras, [...] una de las caras era lo que denominó el significante. Es el aspecto totalmente material del signo” (Cobley y Jansz, 2001:10); lo que Baylon y Fabre (1994:19) plantean como la forma. La segunda de las caras de esta moneda es el significado o la significación, lo que vendría a ser “un concepto mental” (Cobley y Jansz, 2001:11). Para explicar mejor esta teoría se adapta un ejemplo sencillo planteado por Cobley y Jansz (2011): la palabra escrita “perro” no es más que un conjunto de significantes agrupados P/E/R/R/O, lo que se origina posteriormente en la mente del lector no es un “can verdadero”, sino un concepto mental o significado atribuido a este animal.

Estos autores agregan que el significado y el significante son conceptos inseparables, por lo que consideran que Saussure plantea el siguiente diagrama:



Figura 5. Relación Significado-Significante.

Fuente: Cobley y Jansz,(2001:12)

Evidentemente Saussure cree que el proceso de comunicación a través del lenguaje implica la transferencia de los contenidos de la mente: los signos que conforman el código del círculo comunicativo entre dos individuos “destraban los contenidos del cerebro de cada uno [...]” (Cobley y Jansz, 2001:12)

Por su parte, Lorena Tasca y Gabriela Turzi profundizan más esta dependencia explicando que:

Esta relación se puede manifestar en dos instancias: la vertical o de significación, donde un signo depende de otro para transmitir su mensaje, y la horizontal o de valor, donde ambos son interdependientes. Esta relación se entiende mejor en la siguiente figura:

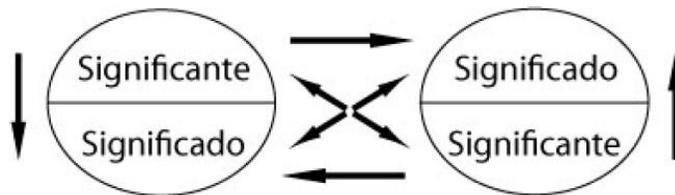


Figura 6. Representación de las dimensiones de relación significante – significado
Fuente: Tasca y Turzi (2011).

El significante puede depender únicamente del significado para ser comprendido, sin embargo es posible que obedezca a otro significado para así ser en el sentido que realmente tiene. Del mismo modo puede ocurrir con un significado: es probable que requiera uno o más significantes para ser reflejado acertadamente. También existe la posibilidad de que dos o más significantes, o dos o más significados, formen un relación de dependencia entre ellos para ser correctamente percibidos. (Tasca y Turzi, 2011:24-25)

Es importante destacar que:

La piedra angular del concepto de signo lingüístico formulado por Saussure es la naturaleza arbitraria del lazo que une el significante y el significado” (Cobley y Jansz, 2001:12-13).

De esta forma, el significante P/E/R/R/O, en otra cultura o lenguaje, no tiene por qué evocar a la imagen mental de un can, de hecho para los países de habla inglesa este significante sería D/O/G.

2.2.6.5.3. Nivel Pragmático

El último nivel del discurso a explorar es el nivel pragmático. Con relación a este, Lourdes Molero de Cabeza en su ensayo *Lingüística y Discurso* (1985) afirma que este nivel se ocupa de la acción, o lo que vendría a ser el acto lingüístico como tal.

Un acto lingüístico es aquél mediante el cual el hablante se expresa en un lenguaje natural dentro de un tipo específico de situación comunicativa llamada también contexto. Entonces un acto lingüístico no es solamente el mero acto de “hablar” sino además es un acto social por medio del cual se produce la interacción entre los miembros de una comunidad lingüística. (Molero, 1985:33)

Con relación a esto, Teun Van Dijk (1990) expone que en este nivel no se describe solamente la forma o la referencia (significante o significado) de las aseveraciones verbales, sino que por el contrario, se va más allá exponiendo el “acto social” que se cumple al utilizar esas aseveraciones en un contexto o situación determinada.

Estos actos son denominados actos de habla (SEARLE, 1969). Prometer, acusar, felicitar y aseverar son ejemplos de estos actos de habla. Son actos sociales que van acompañados del uso de palabras, es decir, por declaraciones verbales o partes de discurso. Así pues, una descripción pragmática especifica qué tipos de actos de habla existen en una cultura dada y las reglas que determinan en qué condiciones estos actos de habla son apropiados en relación con el contexto en el cual se utilizan. (Van Dijk 1990:47).

Otro aspecto que Lourdes Molero (1985:33-34) resalta en este nivel es el acto lingüístico indirecto. La autora plantea que una de las funciones básicas del acto lingüístico es incluir de alguna manera en los pensamientos de los oyentes o interlocutores. Un ejemplo de un acto lingüístico directo es una petición: “¿Me regalarías un vaso de agua?” y el oyente decide o no cumplir la petición. No obstante, un ejemplo de acto lingüístico indirecto puede ser: “Tengo sed” y el receptor del mensaje puede o no responder ofreciendo un vaso de agua al emisor del mensaje.

2.2.6.5.4. Micro y Macro estructuras

Una vez explicado los niveles del discurso, Van Dijk apunta que es viable “caracterizar tres aspectos principales del discurso: las formas de la oración, los significados y los actos de habla. En realidad, una teoría del lenguaje intenta básicamente realizar las descripciones de estos tres componentes y de sus interrelaciones” (van Dijk, 1990:48). Sin embargo, existen otros aspectos del discurso que no pueden definirse sencillamente desde gramática, la semántica o la pragmática, de oraciones aisladas. Esto el autor lo denomina como “un micronivel de la descripción: sonidos, palabras, modelos de oración y sus significados” (van Dijk, 1990:48).

Por tanto, también se requiere un nivel de análisis más global o general centrado en no fragmentar el discurso:

Por ejemplo, se dice usualmente que los discursos poseen un tema o asunto y que su aspecto semántico no puede explicarse simplemente en términos de la semántica de oraciones aisladas. Así, necesitamos de un cierto tipo de macrosemántica, que considere estos significados globales con el fin de permitirnos describir los significados de párrafos, apartados o capítulos completos del discurso escrito. De modo similar, necesitamos también cierto tipo de macrosintaxis [macrogramática] para caracterizar las formas globales de un discurso a las cuales llamamos esquemas o superestructuras [...] De manera similar, una descripción pragmática puede poseer un macrocomponente de esta clase, que justifica secuencias más largas de actos de habla o de actos globales o de macrolenguaje representados por una aserción textual total. (Van Dijk, 1990:48)”

A estos niveles globales se les denomina macroestructuras o macronivel, que según Molero (1985:38), constituyen niveles de organización más global o núcleos sémicos, que en el texto se aproxima a una especie de resumen, antes de ser organizado como discurso. Mientras que a las unidades más pequeñas se les considera como microestructuras o micronivel, los cuales son “elementos de realización de las últimas etapas de transformación, inmediatas a la manifestación lineal de superficie y a los conectivos” (Molero, 1985:41).

Por su parte, Teun Van Dijk continúa explicando:

Tenemos ahora la forma, el significado/referencia y la acción, tanto en el micronivel o nivel local como en el nivel global o macronivel. Y del mismo modo que las formas, los significados y la acción se hallan sistemáticamente relacionados, así también se encuentran relacionados los microniveles y los macroniveles. Por ejemplo, los significados de partes completas de texto o, textos enteros proceden de los significados locales de las palabras y las oraciones, lo cual es un principio fundamental de la semántica. Esta derivación se efectúa mediante macrorreglas, que serán discutidas cuando abordemos las estructuras semánticas del discurso periodístico. (Van Dijk, 1990:49)

2.2.6.6. Enfoque Semántico-Pragmático

De los niveles del discurso explorados anteriormente, nace el enfoque semántico-pragmático del análisis del discurso propuesto por Lourdes Molero de Cabeza. La autora señala que este enfoque está fundado en:

[...] Una teoría y una metodología que permite acercarse al estudio de diferentes tipos de discurso, tomando muy en cuenta las formas lingüísticas [Este enfoque] es *semántico* porque intenta explicar cómo el significado de las lenguas se transforma en significaciones contextualizadas en el discurso y es pragmático porque le interesa una visión del discurso desde afuera, en el contexto en las situaciones, es decir en un evento de comunicación, donde se entablan unas relaciones (SABER Y QUERER) entre los interlocutores que son las que determinan en gran parte, el contenido y las formas de los mensajes. (Molero y Cabeza, 2007:203).

Los niveles de análisis propuestos por Molero para este enfoque son: nivel referencial, nivel conceptual, nivel lingüístico y nivel discursivo.

- a) Nivel referencial : mundo de la realidad susceptible de ser aprehendido por los hablantes;
- b) Nivel conceptual : conceptualizaciones que explican los posteriores comportamientos lingüístico-discursivos;
- c) Nivel lingüístico: lengua en la cual aparecen los textos analizados;
- d) Nivel del discurso: producto o hecho observable que tiene frente a sí el analista (Molero y Cabeza, 2007:207).

Estos niveles de análisis se estudiarán con mayor detenimiento en el marco metodológico de esta investigación.

CAPÍTULO 3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación.

El presente estudio se efectuará mediante el método de investigación cuantitativo, que “busca establecer resultados generales tipo ley, tras cumplir con los requisitos de medición que exigen condiciones establecidas de representatividad y de rigurosidad en la relación e interpretación de los datos” (Toro y Parra 2006:28). Asimismo, Cook y Reichardt (2005:29) consideran atributos del paradigma cuantitativo la medición penetrante y controlada, la distancia con los datos, la confirmación y la orientación hacia ésta, asume una realidad estable, el basarse en datos sólidos y la perspectiva de investigación “desde afuera”.

De este modo, se ha determinado que el tipo de investigación a realizar corresponde a un estudio de campo de carácter exploratorio, por ser un “análisis sistemático de problemas de la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo” (Normas UPEL 2007:18).

En el mismo orden de ideas, la aproximación al objeto de estudio se realizará a través de la observación, sin manipulación de ninguna de las variables y factores como es propio de las investigaciones que se rigen bajo el método cuantitativo, como se mencionó al principio.

3.2. Período de la investigación

El marco temporal del presente estudio, será transversal, por cumplir con las características establecidas por la autora Estrellita Rojas Gutiérrez (1998:110) tras ser un estudio que recoge datos en un “momento único o período determinado”. Por su parte, la investigación se llevará a cabo entre los meses de julio a diciembre de 2011.

3.3. Fases de la investigación.

De lo anteriormente expuesto se consideran como fases de la investigación:

1. Proceso Documental.
2. Determinación de una muestra.
3. Monitoreo de la muestra seleccionada.
4. Analizar cuantitativamente la muestra.
5. Conocer la imagen que tienen los lectores de dicha muestra, a partir de un estudio de opinión.
6. Determinar partiendo de la información recabada, la intervención de los medios impresos regionales en la formación de la imagen percibida por los públicos.

3.4. El universo

El universo de esta investigación se delimitará por el área geográfica de los Valles del Tuy, y se dividirá en dos partes. La primera se encontrará compuesta por todas las publicaciones periódicas regionales de carácter impreso, que cubran la fuente Corpoelec en los seis municipios de esta región, en el período de tiempo contemplado entre julio y diciembre de 2011. Actualmente se han encontrado registros de aproximadamente diez (10) periódicos que cumplen con las características anteriormente expuestas, de los cuales dos (2) circulan a lo largo de todos los municipios de los Valles del Tuy y tienen una periodicidad diaria, los cuales son La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy; mientras que el resto se difunde exclusivamente en los municipios donde son editados e impresos y salen a circulación una vez al mes, entre los que destacan: El Luciteño, Oferta Digital, Independencia Hoy, EcosWeb, Estandarte, El Pregón de Charallave, Pinceladas Luciteñas y Zamonoticias.

Por su parte, el segundo universo de este estudio está conformado por los habitantes de los Valles del Tuy, los cuales el INE estima que son aproximadamente 728.088 personas, un 24% de la población mirandina, (Disponible en el URL: http://www.ine.gov.ve/seccion/menuprincipal.asp?nedo=15&nvalor=2_1&seccion=2 [consulta 1 de octubre de 2011]).

3.5. Muestra

La muestra para el primer universo estará conformada por los diarios La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy, equivalente a un 20% del universo. Estos diarios fueron escogidos por tres razones específicas. La primera de ellas, por ser los medios impresos regionales con mayor tiraje -en comparación con los otros mencionados-. El Últimas Noticias, distribuye entre 40.000 y 45.000 ejemplares en las ediciones periféricas -Valles del Tuy, Guarenas y Vargas-, según Ricardo Castellanos, vicepresidente de negocios de la Cadena Capriles; por su parte el diario La Voz, distribuye 71.000 ejemplares entre La Gran Caracas, Miranda y Vargas según Emilio Materán, vicepresidente de este grupo editorial. (Disponible en el URL: <http://www3.producto.com.ve/articulo.php?art=723> [consulta 17 de mayo 2012]). La segunda razón, por ser los únicos medios impresos regionales que se difunden en los seis municipios de los Valles del Tuy. El tercer y último motivo, al ser estos medios de publicación diaria le permiten al grupo investigador un mayor número de noticias para su posterior análisis.

Luego de un monitoreo en éstos medios impresos, se encontraron 157 noticias referentes a Corpoelec-Miranda. Por razones de tiempo se seleccionó de manera aleatoria una sub-muestra de dos notas mensuales de cada uno de los diarios -La Voz y el Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy-, para un total de 24 noticias, equivalentes a un 15,3% de la cantidad antes mencionada.

La segunda muestra la integrarán 200 usuarios del servicio eléctrico en los seis municipios que conforman la zona geográfica de los Valles del Tuy-Edo. Miranda. Se establece esta cantidad no sólo por razones de tiempo, sino además para realizar un mejor análisis y sintetización de los datos obtenidos una vez aplicadas las técnicas y los instrumentos recolección de datos seleccionados por el grupo investigador.

3.6. Técnicas e instrumento de recolección de datos

El estudio que se presenta basa su metodología en el enfoque semántico y pragmático del análisis del discurso propuesta por Lourdes Molero. De acuerdo a esto, la autora propone cuatros niveles de análisis para esta metodología. En el caso de esta investigación se hará énfasis en el nivel lingüístico.

Partiendo de este nivel se construirá una matriz semántica de carácter lexical, donde se buscarán los dominios y los campos léxicos-semánticos detectados en las noticias que forman parte de la primera muestra. Es importante destacar que dentro de los dominios se podrá especial énfasis en el valorativo, debido a que las valoraciones son características que se le asignan a la organización, y como se mencionaba en el capítulo anterior éstas son parte fundamental en el proceso de la construcción de la imagen.

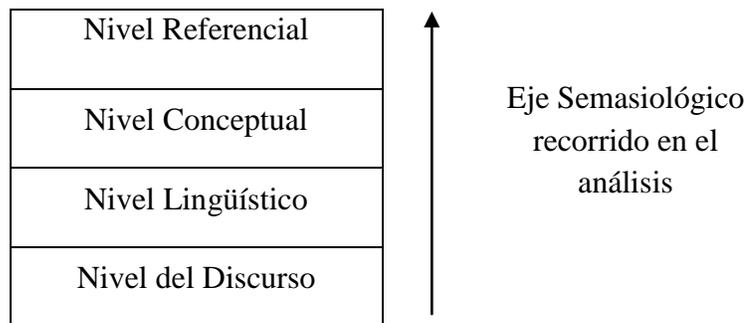
De los resultados obtenidos de este análisis, se construirá un cuestionario, el cual se le aplicará a la segunda muestra para contrastar si los adjetivos que identificados con el análisis lexical corresponden a los identificados por los usuarios del servicio eléctrico.

Con base en esta explicación, se expondrá de manera detallada cada uno de los instrumentos o técnicas de recolección de datos utilizados para alcanzar el objetivo general de esta investigación.

3.6.1. Análisis Semántico-Pragmático

En el capítulo anterior, se explicaron los niveles de análisis discursivo propuestos por la autora Lourdes Molero de Cabeza para llevar a cabo una metodología de investigación centrada en el enfoque semántico-pragmático del discurso. Igualmente, se mencionó de forma general los niveles de análisis que establece este método.,

Es importante destacar que la teoría semántica de Bernard Pottier considera que a través de este componente (el semántico), se puede describir “los mecanismos del paso de la lengua al discurso, y viceversa” (Pottier en Molero y Fernández, 2003:63). Partiendo de los trabajos de Pottier, Molero propone el recorrido semasiológico (desde el nivel del discurso o discursivo hasta el referencial) que sigue su metodología.



Cuadro 1. Recorrido semasiológico del enfoque semántico-pragmático

3.6.1.1. Niveles de Análisis

3.6.1.1.1. Nivel Referencial

Molero y Fernández (2003) describen que en este nivel, el emisor -o receptor de un mensaje- percibe la realidad “a través de sus sentidos (referente real) o en su

imaginación referente imaginario” (2003:63). Esta realidad, se verá influenciada de manera concluyente por el modelo de contexto que este tenga.

3.6.1.1.2. Nivel Conceptual

Con respecto a este nivel, las autoras consideran que “se orienta a conocer el manejo de la información por parte del emisor para el logro de sus intenciones comunicativas, pues es su manera de conceptualizar el fragmento de la realidad que representa”. (Molero y Fernández, 2003:64).

Asimismo, Molero y Cabeza posteriormente señalan que este nivel:

[...] Está constituido por una interfase que contiene el propósito de la comunicación, la intencionalidad, los eventos conceptualizados bajo determinados estatus y la conceptualización de los roles actanciales. Al nivel lógico-conceptual [o conceptual] pertenecen además los temas o tópicos y el esquema básico excluyente [...] [Este último vendría a ser] cuando todos los temas o tópicos del texto objeto de estudio pueden ser reunidos bajo una idea global o general [...] (Molero y Cabeza en Bolívar, 2005:208).

3.6.1.1.3. Nivel Lingüístico

Se parte de la premisa de que el lenguaje permite al emisor del discurso manifestar su visión de la realidad. De la deconstrucción lingüística de su producto comunicativo se podrán conocer, entonces, sus estrategias e intenciones; evidenciadas en la selección signos (este proceso es conocido como semiotización) para representar lo conceptualizado en el nivel anterior, de acuerdo a su competencia como usuario de la lengua. (Molero y Fernández, 2003:64)

Además de esto, Molero en su ensayo *Lingüística y Discurso* (1985) explica:

El nivel lingüístico está estructurado en dominios donde los signos poseen una afinidad; los signos, además pueden pertenecer a dominios diferentes. Una vez que el hablante posee el nudo sémico que desea comunicar, hará una elección lexical que le permitirá expresar su intención de comunicación. (Molero, 1985:20)

Por su parte, Molero y Cabeza exponen que “en este nivel destacan: el análisis léxico, los campos semánticos, la construcción del yo-nosotros y del otros, así como

algunos procedimientos discursivos” (Molero y Cabeza en Bolívar, 2005:212). Estos puntos, serán tocados más adelante con mayor detenimiento.

3.6.1.1.4. Nivel Discursivo

Molero y Fernández (2003:65) consideran que este último nivel puede conceptualizarse como “el resultado de una serie de procesos perceptivos, conceptuales, cognitivos y lingüísticos”. Asimismo, Molero y Cabeza señalan que el nivel del discurso son “los modos de organización del discurso [los cuales] se relacionan con funciones como narrar, describir o argumentar” (Molero y Cabeza en Bolívar, 2005:219).

3.6.1.2. Análisis Lingüístico

3.6.1.2.1. Léxico

Molero y Pineda (2010) consideran que el análisis lingüístico desde el enfoque semántico pragmático ofrece una metodología que permite estudiar el léxico de forma amplia y completa. Además este es considerado como “determinante para descubrir la estructura ideacional o mapa conceptual subyacente en un discurso [y] relevante como elemento que ‘evidencia la transformación de los significados de la lengua en significaciones contextualizadas en el discurso” (Molero en Molero y Pineda, 2010: 125)

Con relación a esto, Molero y Cabeza (en Bolívar 2005) señalan que:

En el discurso periodístico, por ejemplo, a través del léxico pueden aflorar salir a la superficie las opiniones e ideologías ocultas [...]
Cuando se trata del estudio de un concepto o de un tema específico, se seleccionan 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 al conocimiento socio-cultural de los hablantes [...]

Los dominios permiten identificar las prácticas sociales y discursivas a las cuales acude el emisor para encontrar el marco adecuado que le permita obtener los significados que desea atribuir a las palabras clave de sus mensajes [...] (Molero y Cabeza en Bolívar, 2005:213)

Dominios	Texto
Dominación	<ul style="list-style-type: none"> • Evidencias lingüísticas (citas)

Cuadro 2. Matriz para identificar dominios de origen del léxico utilizado

En el procedimiento de identificación y clasificación de los dominios se han identificado dos tipos de operaciones. La primera es un operación de *descontextualización* porque los términos y los significados que se desean usar son extraídos de unas prácticas discursivas que pertenecen a otros ámbitos diferentes al del discurso objeto de estudio. La segunda operación es la *recontextualización*, mediante la cual los términos y sus significados pasan bajo el matiz de otros valores e ideologías para ser insertados en la práctica discursiva de un determinado sujeto emisor. (Molero y Cabeza en Bolívar, 2007:213).

Muestra de esto puede ser: “en esta casa se ve *floreecer* la alegría”, “el amor es la *guerra* entre la cordura y la locura”. En estos ejemplos puede verse como se sustraen palabras propias de otro dominio –floreecer: dominio natural; guerra: dominio militar-, y se recontextualizan otorgándole otro significado en un contexto diferente.

Otro aspecto resaltante que ofrecen Molero y Pinera, son los pasos a seguir para analizar el léxico:

1. Observar los temas más importantes y extraer los términos utilizados para referirse a ellos.
2. Si el estudio que se hace se refiere a un concepto o un tema específico, para analizar el léxico se seleccionan los contextos en que aparecen los términos que se refieren a ellos y se identifican y clasifican en dominios de experiencia.

3. El proceso de identificación y clasificación de los dominios remite a dos operaciones: la descontextualización y la recontextualización. En la primera, “los términos y los significados que se desean usar se extraen de prácticas discursivas que pertenecen a otros ámbitos diferentes al del discurso objeto de estudio”. En la segunda, “los términos y sus significados pasan bajo el tamiz de otros valores e ideologías para ser insertados en la práctica discursiva de un determinado sujeto emisor”.
4. Levantamiento de los campos léxicos–semánticos: [paso que se estudiará en el siguiente apartado] (Molero y Pinera, 2010:129-130)

3.6.1.2.2. Campos léxico-semántico

Molero y Cabeza (en Bolívar, 2007:216) explican que en estos campos léxicos semánticos suelen existir una gran cantidad de sinónimos o cuasi-sinónimos para referirse a alguna zona especializada de la experiencia. Por ejemplo, para la palabra hogar puede emplearse, casa, morada, piso, apartamento, residencia, entre otros.

Por su parte Molero y Pineda expresan:

Este procedimiento permite observar las operaciones de sobrelexicalización y las de relexicalización. La primera, se relaciona con la cantidad de términos que se utilizan para nombrar a los actores, entidades, conceptos, temas; y la segunda, se relaciona con la sustitución de palabras de la lengua común por creaciones propias. En los campos léxicos es posible encontrar una gran cantidad de sinónimos o cuasi-sinónimos para la comunicación de una zona especializada de la experiencia. (Molero y Pinera, 2010:129-130).

Un aspecto que Molero y Cabeza (en Bolívar, 2005:217) mencionan como relevante en el análisis léxico, es el estudio del vocablo utilizado por emisor del mensaje para hacer mención de sí mismo –construcción del “yo”, y a sus interlocutores –construcción del ellos, tú, nosotros-.

3.6.1.3. Encuesta

Con intenciones de evaluar si el análisis discursivo aplicado a la muestra de esta investigación se correlaciona con la percepción colectiva de la imagen de Corpoelec-Miranda, se aplicará una encuesta por ser ésta “una técnica de investigación dirigida al estudio para recoger datos cuantitativos de las opiniones y comportamientos de conjuntos de números de personas” (Morales, en Castro 2003:71).

A través de un conjunto de preguntas articuladas, coherentes y con objetivos específicos, redactada en un documento denominado cuestionario (Grande y Abascal, 2005:23), la encuesta garantizará que la información suministrada por la muestra “pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población” (Grande y Abascal, 2005:14).

Las preguntas a desarrollar en el cuestionario de la encuesta dependerán de los resultados arrojados luego de haber aplicado el modelo de análisis del discurso desarrollado por Molero. Dichos resultados serán comparados con las respuestas de los encuestados para constatar qué tanto intervienen los medios impresos en la creación de la imagen corporativa de Corpoelec-Miranda.

La encuesta a aplicar será on-line, la cual “representa una última modalidad de encuesta, con la particularidad de que el ciudadano debe disponer de ordenador y conexión a Internet” (Rivera, 2004: 83). Se utilizará la plataforma del sitio web Survey Monkey (www.surveymonkey.com), que cuenta con un servicio virtual de encuestas fáciles y sencillas de elaborar y aplicar. Esta plataforma permite diseñar la encuesta y seleccionar el tipo de preguntas a realizar (elección múltiple, escalas de valoración, texto simple, menú desplegable, ensayo breve, comentario, información demográfica, imágenes, fecha y hora, entre otras).

Survey Monkey ofrece a sus usuarios distintas tarifas para disfrutar del servicio digital las cuales dependen de la complejidad de la encuesta. Los costos de los planes de trabajo deben ser pagados en dólares con tarjeta de crédito, pero el grupo investigador por la falta de divisas para comprar en Internet, eligió el plan gratuito que ofrece esta plataforma, que permite realizar solamente diez (10) preguntas (incluido el cuadro introductorio que explica el motivo de la encuesta). Por tanto la encuesta se diseñara con 10 preguntas, de las cuales sólo la primera será una pregunta filtro con la que se evaluará si la persona entra o no en la muestra de ésta investigación.

3.7. Validez y confiabilidad

La validez y confiabilidad de la metodología seleccionada (análisis lexical), desde el enfoque semántico pragmático planteado por la autora Lourdes Molero, fue comprobada por las investigadoras del presente trabajo, tras revisar los estudios realizados por los autores que se mencionan a continuación, quienes aplicaron la misma metodología antes mencionada y obtuvieron resultados satisfactorios:

- Tasca, L. Turzi, G. (2011).
- Santiago, L. (2008).
- Cabeza, J. y Molero de Cabeza, L. (2004).
- Fernández, S. y Molero de Cabeza, L. (2003a).
- León, F., Molero de Cabeza, L. y Romero, M. (2001).
- Cabeza, J. (1995).

3.8. Análisis de los resultados

El ideal de esta investigación, es estudiar cuáles adjetivos calificativos utilizan estos medios impresos al referirse a Corpoelec-Miranda y analizar cuál es la posición y disposición del medio ante esta organización. Posteriormente, se construirá una encuesta que se aplicará a la segunda muestra de esta investigación.

De esta forma, se determinará si los adjetivos extraídos del análisis lexical realizado a los artículos de los diarios La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy, corresponde con los utilizados por los lectores de los medios impresos y usuarios de Corpoelec-Miranda al referirse a la empresa.

CAPITULO 4. RESULTADOS

En este capítulo se expondrán los resultados obtenidos, una vez aplicada la metodología antes planteada. En primer lugar se realizará el análisis léxico de las 24 notas de prensa seleccionadas como la sub-muestra, de acuerdo a metodología de Lourdes Molero de Cabeza. De éste análisis se tomará el léxico que ayudará a construir las preguntas de la encuesta que se le aplicará a la segunda muestra (200 habitantes de los Valles del Tuy). Esto, para corroborar si los resultados de las matrices coinciden con los expresados por los usuarios de servicio eléctrico, y poder darle respuesta a la pregunta de investigación.

4.1 Matrices lexicales

4.1.1. Procedimientos previos

4.1.1.1. Selección del corpus: el corpus de análisis seleccionado está constituido por veinticuatro (24) notas de prensa de los diarios La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy (12 noticias de cada uno) en un período de seis meses, siendo escogidas al azar de una muestra más grande conformada por 157 notas.

4.1.2. Matriz para identificar dominios de origen de léxicos y levantamiento de campos léxicos

Luego de haber realizado las matrices pertinentes por cada uno de los artículos (ver ANEXO C y D) seleccionados en la sub-muestra, se procederá a presentar una gran matriz que será la sumatoria total de todos los dominios de origen de léxicos utilizados y levantamientos de campos léxicos.

Fechas: desde 01/07/2011 hasta 31/12/2011		
Diarios: La Voz y Últimas Noticias		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Pésimo (1), irregularidades (1), mejorar (3), solventar (1), óptimo (2), exitosa (1), incrementado (2), buen vivir (1), calidad (1), eficiente (6), terrible (1), mejoras (5), mejoran (2), mejor (1), mejorará (1), adorno (1)
	Iluminación	Apagón (3), apagones (5), oscuridad (4), oscuras (5), oscuro (1), oscurana (3), penumbras (1), penumbra (1)
	Avance	Paralizados (1), varados (1), cerrado (1), caída (1)
	Alcance	Realizada (1), realizados (1)
	Animo	Desesperados (1), impacientes (1)
	Relevancia	Destacado (1)
	Preparación	Especialista (1), desprevenidos (1)
	Influencia	Afectado (3), afectados (3)
	Ideológico	Socialista (2), socialistas (1)
	Responsabilidad	Conscientes (1), racional (5)
	Honestidad	Verdadero (1)
	Adquisición	Hurtada (1), tomadas (1), aprovechada (2),
	Conflicto	Armados (2), hampones (1), antisociales (2)
	Magnitud	Gran (2), corto (1), muy (3), alta (1), fuerte (1), única (1), subida (2), tanto (2), total (1),

		altos (1), totalmente (1), bajo (1)
	Temporalidad	Retraso (3), constantes (3), repentina (1), inmediato (1), modernas (1), frecuente (1), vencidas (1), tiempo (1), constantemente (1), rápidamente (1), breve (1), recientemente (1)
	Semejanza	Mismo (1), mismas (1), diversos (1)
Sentimiento	Temor	Miedo (1)
	Gratitud	Agradeció (2)
	Alegría	Alegramos (1)
Natural	Animal	Lobos (1)
	Paisaje	Cueva (1)
	Vegetación	Plantas (1), árboles (2)
	Cuerpo	Pecho (1), arteria (1), dedo (1)
Social	Usuarios	Usuarios (18), viajeros (1), pasajeros (1), vecinos (19), pobladores (1), suscriptores (3), residentes (7), habitantes (3), amas de casa (1), morosos (2), beneficiarios (2), gente (1), señora (1), familia (2), personas (2), lugareño (3), público (24), poder popular (1), consejos comunales (1), públicos (8), vocera (1), transeúntes (1), población (1), comunidades (1), comerciantes, (1), figuras públicas (1), estudiantes (1), transeúntes (1)
	Espacial	Tuyeros (4), ocumareños (1), yarense (1)
	Comunicación	Twitter (1), informó (5), narró (1), comentó (3), dijo (3), escuchado (1), respuesta (4), expuso (1), informar (2), campaña (2) informativa (2), no responde (1), responde

	(1), aviso (2), informante (1), no dicen (1), información (1), llamamos (2), sincerar (1), sincere (1), manifestó (1), llamados (3), cartas (2), charlas (1), informativo (1), página web (1), escucharon (1), llamadas (1), no contestan (1), comunicado (1), prensa (1), informante (1), escuche (1), boletín de prensa (1)
Conocimiento	Conoció (1), conciencia (3), conocer (3), conozcan (1)
Solicitud	Demandas (4), pidió (3), denuncias (3), clamor (1), manifestaron (1), protestaron (1), manifestación (3), piden (2), exigen (3), denuncian (2), necesaria (1), protestó (1), denunciaron (3), denunciar (1), bienestar (1), exigimos(1), tomen las acciones (1), denunciado (1), solicitan (1), manifestó (1), denunció (1)
Movilidad	Salir (1), regresar (1), transitar (2), trancar (1), arranca (1), caminar (), mueven (1)
Atención	Paró (1), desmalezamiento (2), mantenimiento (4), restituir (2), revertir (1), implementar (1), ofrecidas (1), abordados (1), revertirá (1), responsabiliza (2), acudir (1), restablecido (1), funcionamiento (1), implementa (1), cambiar (8), jornadas (4), beneficiando (2), beneficios (1), operativos (1), beneficiar (1), programa (2) dando (1), recuperación (2), canje (3), operativo (2), ofrecidas (1), abordados (1), colocación (1) sustituciones (5), atender (6), reponer (1), correctivos (1), inspección (1), cumpliendo (1), compromisos (1) reuniones (1), instalación (4), plan (4), reparar (1), apoyo

	(1)
Laboral	Laborando (1), personal (2), cuadrillas (7), trabajadores (6), trabajar (12), labor (3), laboran (2), conductores (5), profesionales del volante (1), comerciantes (1)
Autoridades	Autoridades (4), gobierno municipal (2), concejal (1), representantes (1), comisionados (1), portavoces (1), subcomisionada (2), directivos (3), autoridad municipal (1), gobierno nacional (1), subcomisionado (9), funcionario (2), alcalde (4), director (2), jefe (1), gobierno (1), vocero comunal (1), funcionaria (1), gerente (2), representantes (1)
Territorial	Estado (2), Nacional (1), Miranda (4), estatal (7), municipal (1), municipio (1)
Institucional	Corporación (1) empresa (10), compañía (2), oficina (2), filial (2), alcaldía (8), dirección (2)
Comercialización	Captación (4), contratos (3), captaron (1), deuda (4), cancelen (2), pago (3), convenimientos (2), abono (2), cancelación (4), cancelar (2), comercial (3), pagar (1), pagan (1), ahorro (3), facturas (6), consumo (2), pagamos (1), cobrar (1), multas (1)
Servicio	Servicio (36), sin fallas (4), luz (9), interrupción (1), fuera de servicio (2), sin luz (2), falta (4), suspensiones (3), cortes (7), suspenderán (1), cortará (1), sin el servicio (1), suspenden (1), fallas (3), problemas (4), sin servicio (1), sistema (2), avería (1), no funcionan (1)

Tecnológico	Electricidad	Subestación (4), voltios (1), kva (1), eléctrica (23), fluido (2), suministra (3), tensión (3) tendido (1) eléctrico (19), transformadores (4), altas (1), bajas (1), tabacos (1), electricidad (3), suministro (5), energía (10), postes (9), luminarias (7), corriente (1), medidores (2), lámparas (3), balastos (1), condensadores (2), guayas (1), alumbrado (21), fotocélulas (5), iluminación (1), bombillos ahorradores (5), tendidos (1) eléctricos (1), redes (1), separadores (1), energético (1), bombillos (8), bajones (1), subidas (1), cajas de control (3), apagadores (1), cableado (1) capacidad (1), líneas (1), Equipos M-400 (2), M-18 (1) distribución (1), focos (1), quemadas (1), quemados (1)
	Hogar	Electrodomésticos (3), aires acondicionados (1), lavadoras (1), televisores (1), planchas (1)
	Maquinaria	Equipo (2), maquina (1)
	Objetos	Candela (2), velas (1), linternas (1)
Temporal	Duración	Cronometrar (1), 15 al 19 (1), tiempo (1), entre 6 am y 10 am (1), 45 minutos (3), tres horas (2), 20 minuto (1), media mañana (1), una hora (1), tres días (1), un día (1), fase (1), continuidad (1), durar (1), 5 horas (2), 30 minutos (2), 2 semanas (1), 15 días (1), cuatro meses (1), semanalmente (2), momentos (1), 14 horas (2), dos meses (3)
	Horas	Horarios (2), cualquier hora (1), hora (2), noche (6), 4 pm (3) 11 am (1), tarde (1), 3:10pm (1), 3:40 pm (1), 6 am (1), 10 am (1), 6:15 a.m. (1), 10:30 de la mañana (1),

		1:10pm (1), madrugada (1), 6 de la tarde (2), horas nocturnas (1), horas pico (1)
	Pasado	Ayer (5), Mañana de ayer (1), tarde (1), Semana pasada (1)
	Presente	Hasta la fecha (1), actualmente (1), hoy (2), al día (1), a tiempo (2)
	Futuro	Después de las 6pm (1), después de la 12 m (1), después (1), finales de año (1)
	Prórroga	Esperar (3), plazo (2)
	Días	Semanas (2) lunes (2), viernes (1), lunes (1), días (1)
	Meses	Agosto (1), mensuales (1), mes (1), enero (1), junio (1), octubre (1), septiembre (1)
Transporte	Vialidad	Paso (2), kilómetros (1), carretera (7), vía (4), ruta (1), vial (2), Avenida principal (2) kilometro (1), trayecto (1), (1), ruta (1)
	Terrestre	Transporte (4), carros (2), chocara (1), vehículos (1),
	Ferrovionario	Ferrocarril (3), tren (1)

Cuadro 3. Levantamiento de campos léxicos – Resultado total de artículos analizados

La matriz anteriormente planteada, arrojó los siguientes resultados:

En primer lugar, el dominio con mayor número de léxicos es el social, seguido por el tecnológico, el temporal, el valorativo, el de transporte, el natural y por último el de los sentimientos. Por otro lado, las palabras con mayor cantidad de repeticiones fueron: servicio (dominio social), público (dominio social), alumbrado (dominio eléctrico) y usuarios (dominio social).

En segundo lugar, se apreció que el dominio valorativo posee pocos léxicos asociados, y los existentes no se repiten más de 5 veces, esto es propio del discurso periodístico informativo, donde la adjetivación del sujeto debe ser la menor posible, al considerar a la objetividad deber ser la bandera de toda noticia. En este punto es importante destacar que varias de las valoraciones que se encuentran en esta matriz, son citas textuales que los periodistas hacen a sus entrevistados, entre ellos: terrible, eficiente, calidad, gran, fuerte, antisociales, racional, repentina, entre otros.

Se pudo apreciar además, la presencia de descontextualización y recontextualización en términos como “boca de lobo”, sacados de un dominio natural, para ser usados como valoración que le imprime una característica al sujeto. Otro caso es “tabacos” donde no se hace referencia a un cigarrillo, sino a “tabacos eléctricos” o un tipo de poste que se conoce con dicho nombre. Un último ejemplo de recontextualización y descontextualización que se presentó en este análisis, es el nombre por el cual se denomina a Corpoelec, estatal eléctrica socialista; aquí se encuentran tres palabras, de tres dominios distintos que son removidas de su campo de origen, para ser usados como sinónimos de Corpoelec. El término estatal pertenece al dominio social-campo territorial; eléctrico pertenece al dominio tecnológico-campo eléctrico; y socialista es una valoración del campo ideológico, que en este caso busca marcar la línea de pensamiento que tiene el dueño o administrador de la empresa, en este caso el Estado.

Una vez analizado los principales aspectos de la matriz lexical, se pasará a dar los resultados y el respectivo análisis de la encuesta que funge como segundo instrumento de recolección de datos de este trabajo de investigación.

4.2. Encuesta

4.2.1. Procesamientos previos:

4.2.1.1. Selección del corpus: el corpus de análisis seleccionado está constituido por doscientos (200) habitantes de los Valles del Tuy, que estuvieran dispuestos a colaborar con esta investigación llenando la encuesta realizada por el grupo investigador, a través del portal web surveymonkye.com.

4.2.2. Diseño de la encuesta

La encuesta que se muestra a continuación, fue realizada al corpus antes mencionado a través del portal web www.surveymonkey.com, y consta de diez (10) preguntas por ser esta la cantidad máxima que ofrece la “cuenta basic” (gratuita) del sitio web. El cuestionario se realizó dejando como única respuesta obligatoria la primera pregunta o pregunta filtro.

1. ¿Sabe qué es Corpoelec-Miranda? (Si la respuesta es NO, por favor deje de contestar el cuestionario y diríjase directamente al botón de Listo ubicado al final de la página)

- Sí
 No

2. ¿A través de cuáles medios de comunicación social usted se informa sobre las actividades de Corpoelec-Miranda? (Seleccione una o varias opciones)

- Prensa escrita
 Televisión
 Radio
 Internet
 Ninguno
 Otro (especifique)

**3. Es usted lector frecuente de los medios impresos regionales:
(Seleccione una o varias opciones)**

- La Voz
- Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy
- Todos los anteriores
- Ninguno de los anteriores

4. Según su opinión, ¿con cuáles de las siguientes palabras calificaría usted el servicio prestado por Corpoelec-Miranda? (Seleccione una o varias opciones)

- Calidad
- Eficiente
- Terrible
- Pésimo
- Óptimo
- Irregular
- Destacado
- Bajo
- Ninguna de las anteriores

5. Según su experiencia diaria, ¿considera que el servicio ofrecido por Corpoelec-Miranda se corresponde con las publicaciones que los medios La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy?

- Bastante
- Mucho
- Moderadamente
- Poco
- Nada
- No sé

6. ¿Piensa usted que las calles y/o avenidas permanecen a oscuras por los desperfectos del alumbrado público?

- Bastante
- Mucho
- Moderadamente...
- Poco
- Nada
- No sé

7. ¿En qué lugares usted aprecia frecuentes fallas del servicio eléctrico?

- Alumbrado Público
- Vivienda
- Trabajo
- Transporte público
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores
- Otro (especifique)

8. ¿Se siente usted afectado por los apagones eléctricos?

- Bastante
- Mucho
- Moderadamente
- Poco
- Nada
- No sé

9. Según su percepción, las notas de prensa referentes al servicio eléctrico prestado por Corpoelec-Miranda comúnmente tratan el tema de: (seleccione una o varias opciones)

- Alumbrado público
- Deuda
- Cortes
- Fallas
- Ahorro energético
- Denuncia
- Mejoras
- Mantenimientos
- No sé
- Otro (especifique)

10. Considera usted que el servicio prestado por Corpoelec-Miranda es:

- Óptimo
- Eficiente
- De Calidad
- Irregular
- Terrible
- Pésimo
- Ninguna de las anteriores

Listo

4.2.3 Resultados de la encuesta

De la encuesta presentada anteriormente, se pudieron obtener los siguientes resultados:

1. ¿Sabe qué es Corpoelec-Miranda?

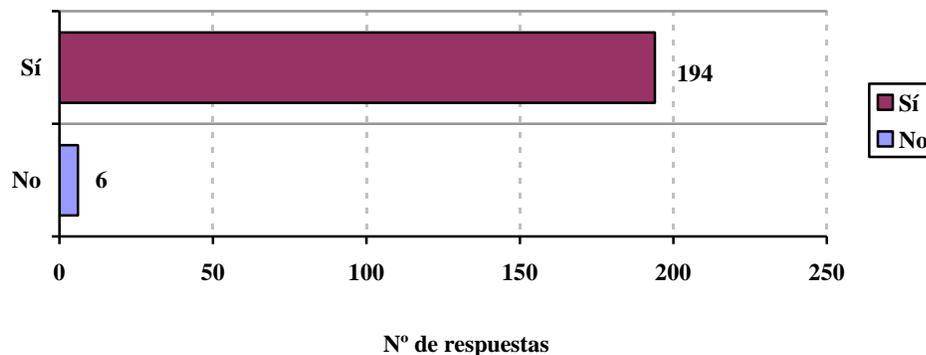


Gráfico 1. Gráfico de barras: conocimiento sobre Corpoelec-Miranda

La primera pregunta -pregunta de filtro-, permitió determinar que sólo 6 de los encuestados no saben o desconocen qué es Corpoelec-Miranda, por lo que siguiendo las instrucciones, dejaron de contestar el cuestionario. Tomando esto en cuenta, los resultados de las siguientes nueve (9) preguntas estarán basados en los 194 encuestados que sí saben qué es Corpoelec-Miranda.

Seguidamente, la pregunta número dos (2) permite distinguir entre los lectores de medio impreso y los que se informan a través de otros medios.

2. ¿A través de cuáles medios de comunicación social usted se informa sobre las actividades de Corpoelec-Miranda?

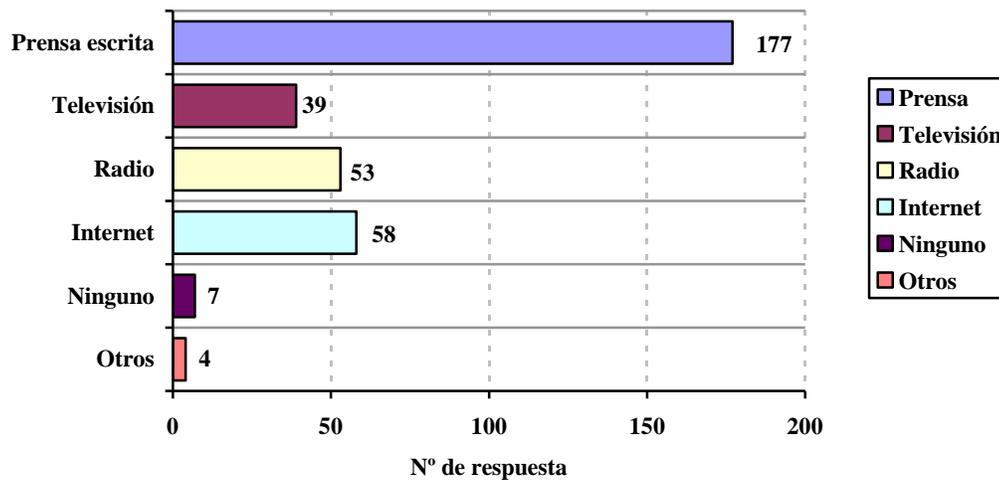


Gráfico 2. Gráfico de barras: Medios de comunicación social que leen los usuarios de Corpoelec-Miranda

Otros	
Twitter	2 respuestas
Consejo Comunal	1 respuesta
Comunidad Residencial	1 respuesta

Cuadro 4. Otros medios mediante los cuales se informan de las actividades de Corpoelec-Miranda

Como puede observarse en el gráfico anterior, 177 de los encuestados manifestaron ser lectores de prensa escrita, 39 a través de televisión, 58 mediante internet y 53 por medio de la radio. De las 194 personas que respondieron esa pregunta, únicamente 7 expresaron no seguir ninguno de los medios propuestos en la encuesta, ni especificaron el propio; mientras que 4 personas marcaron la opción “otros” y agregaron que también se informan a través de la red social Twitter (2), consejo comunal (1) y comunidad residencial (1).

Cabe destacar, que esta pregunta le permitió al encuestado seleccionar varias opciones, lo que reveló que de los 177 encuestados que leen prensa, 115 (equivalentes a un 64,9%) combinan este medio con otro, en especial radio e internet. Para ejemplificar mejor esta última afirmación se muestra el siguiente gráfico:

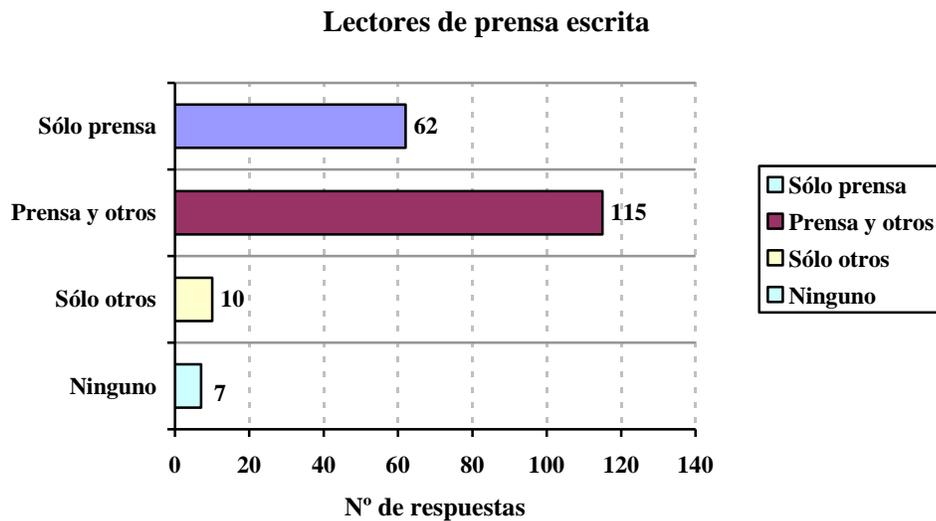


Gráfico 3. Gráfico de barras: Lectores de medios impresos

Para la tercera pregunta, se quiso identificar si los medios impresos seleccionados para la muestra, son los que con más frecuencia leen las personas que participaron en la encuesta.

3. Es usted lector frecuente de los medios impresos regionales:

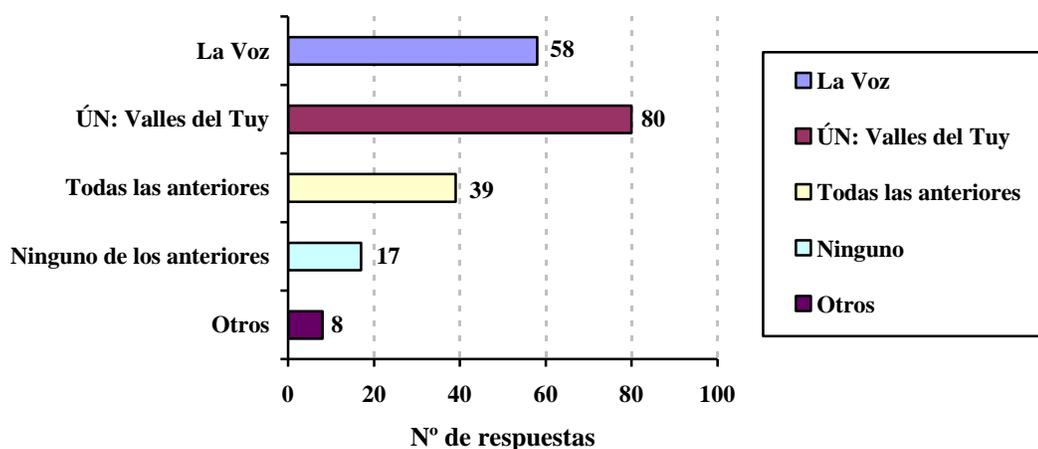


Gráfico 4. Gráfico de barras: Lectores de los medios La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy

Este gráfico muestra las preferencias de los lectores al momento de leer prensa escrita, y refleja que 80 encuestados señalaron leer con frecuencia el diario Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy, mientras otros 58 prefieren leer el diario La Voz, y unas 39 personas admiten leer ambos medios. Como puede observarse, 17 encuestados respondieron que no leen ninguno de los medios señalados en la lista. Entre las opciones, además de colocar los medios La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy, se agregó la de “Otros (especifique)” con el fin de que los encuestados pudieran mencionar cuáles otros medios impresos regionales leen, es

importante resaltar que entre los medios adicionales mencionados por los encuestados, ninguno es de la región de los Valles de Tuy.

Otros	
El Nacional	2 respuestas
Últimas Noticias: Edición Dtto. Capital	1 respuesta
Diario Vea	1 respuesta
El Mundo de Economía y Negocios	1 respuesta
El Informador	1 respuesta
Correo del Orinoco	1 respuesta
El Universal	1 respuesta
Diario Panorama	1 respuesta

Cuadro 5.. Otros medios impresos que leen los encuestados

De las dos preguntas anteriores se puede hacer una clara distinción entre lectores de prensa y no lectores, y a pesar de ser este último grupo más pequeño, para los siguientes gráficos se reflejarán las respuestas brindadas por ambos grupos de encuestados, con la finalidad de evidenciar las diferencias entre lectores de los medios impresos regionales -La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy- y no lectores.

Posteriormente, la pregunta cuatro fue construida a partir de las valoraciones identificadas en los diarios La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy después de aplicar el análisis lexical conforme a la metodología de Lourdes Molero. En ésta se le permitió al encuestado seleccionar tantas opciones como considerase

necesario; sin embargo, sólo 29 personas (14,9%) seleccionaron más de un adjetivo en esta pregunta.

4. Según su opinión, ¿con cuáles de las siguientes palabras calificaría usted el servicio prestado por Corpoelec-Miranda?

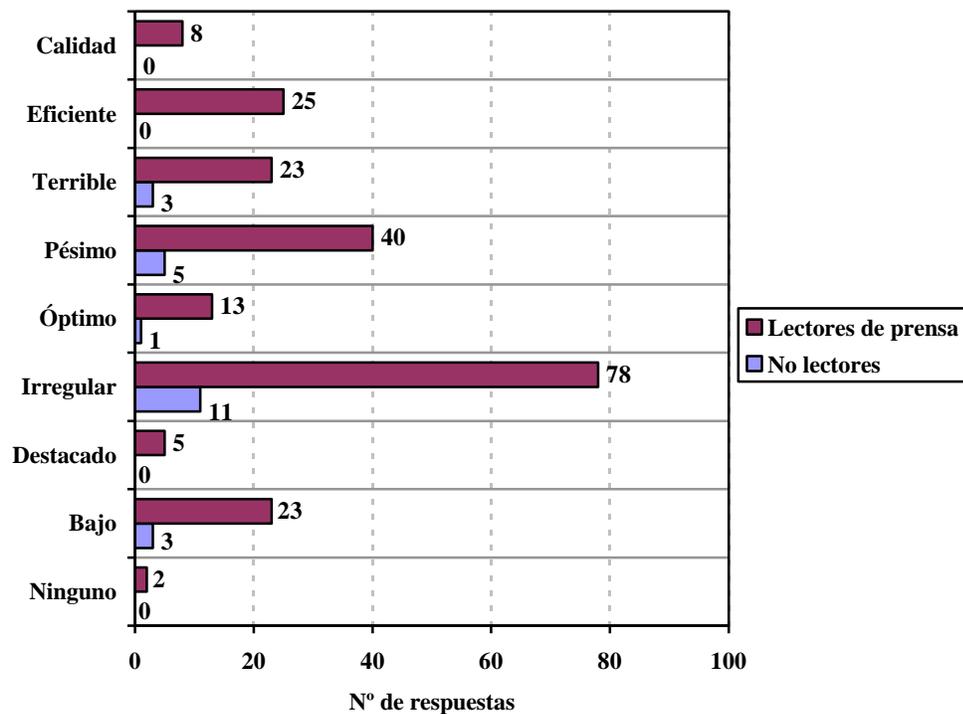


Gráfico 5. Gráfico de barras: Adjetivos utilizados por los encuestados para referirse a Corpoelec -Miranda

En este gráfico, el término más frecuente para los lectores de prensa es “irregular” con 78 apariciones, seguido por “pésimo” con 41 repeticiones, y “terrible” y “eficiente” con 24 cada uno; el término “bajo” apareció 23 veces, y las palabras restantes, “óptimo”, “calidad” y “destacado”, alcanzaron 13, 7 y 5 respectivamente. Por último, en este primer grupo 2 personas manifestaron que su valoración del servicio eléctrico no se corresponde con “ninguno” de los adjetivos propuestos.

Con respecto a los encuestados que no leen prensa, éstos también seleccionaron con más frecuencia los términos “irregular” -11 apariciones- y “pésimo” –con 5-; a éstos les siguen “terrible” y “bajo” con 3 repeticiones cada uno; mientras que la palabra “óptimo” fue marcada una (1) sola vez. Con respecto a los adjetivos restantes, “calidad”, “eficiente” y “destacado” no consiguieron ninguna respuesta.

En cuanto a la quinta pregunta del cuestionario, se buscó conocer el grado de similitud que existe entre la realidad del servicio eléctrico percibida por los lectores de los diarios escogidos como muestra y la realidad que reflejan éstos medios; por tanto, los no lectores de medio respondieron a esta pregunta con un “No sé” o no la respondieron.

5. Según su experiencia diaria, ¿considera que el servicio ofrecido por Corpoelec-Miranda se corresponde con las publicaciones de los medios La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy?

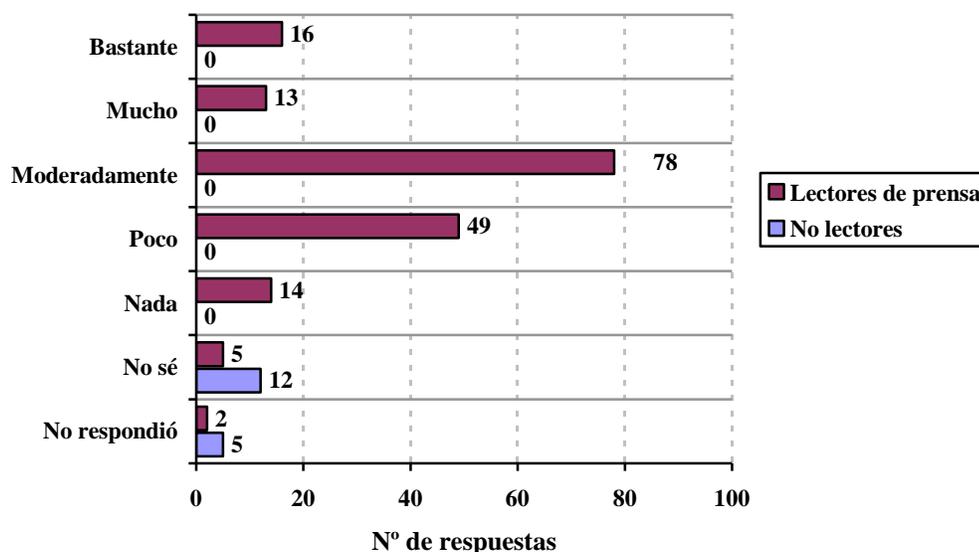
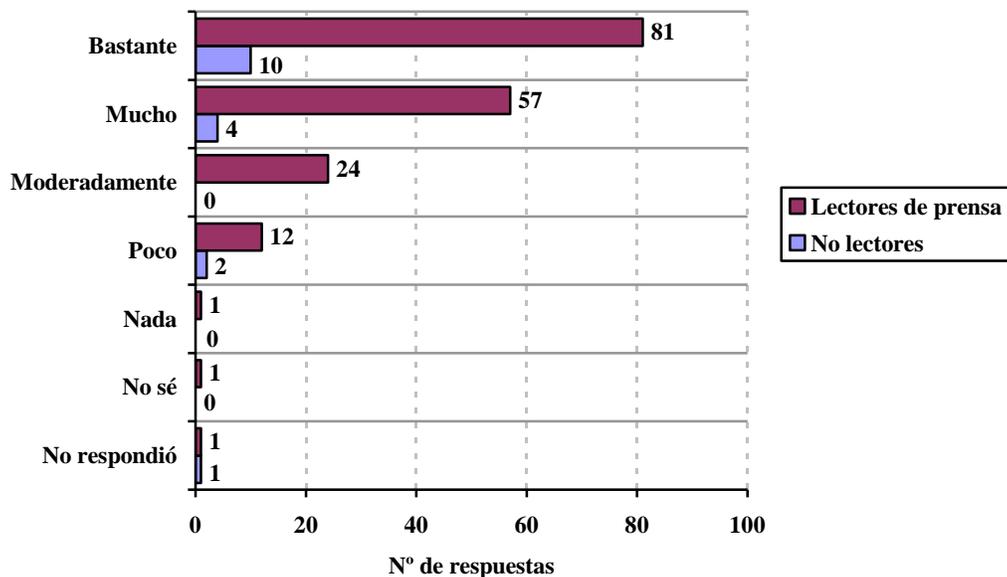


Gráfico 6. Gráfico de barras: Realidad del servicio eléctrico percibida por los usuarios vs Las notas públicas por los diarios la Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy.

La tendencia de las respuestas expresadas se inclina que las informaciones publicadas por los medios coinciden “moderadamente” con la experiencia diaria que tienen los usuarios de Corpoelec-Miranda con el servicio (78 personas). 49 de los encuestados consideran que las notas de prensa difundidas por estos medios “poco” se corresponden con la realidad, mientras que 14 piensan que no se corresponden en “nada”. Con respecto a las opciones “bastante” y “mucho”, obtuvieron 16 y 13 respuesta respectivamente. Por otra parte, de 17 encuestados manifestaron no saber la respuesta, 12 son del grupo “no lectores” y los otros 5 restantes del grupo “lectores”. A su vez, de 194 encuestados, 7 personas no contestaron esta pregunta (5 de los no lectores de prensa entre ellos).

Con respecto a la sexta pregunta de la encuesta referente al alumbrado público, fue formulada con la finalidad de contrastar si este tema es relevante para los usuarios del servicio, puesto que el análisis lexical arrojó que las palabras “alumbrado” y “público” forman parte del grupo de vocablos que más se repiten entre las 24 noticias analizadas.

6. ¿Piensa usted que las calles y/o avenidas permanecen oscuras por los defectos del alumbrado público?



Gr

Gráfico 7. Gráfico de barras: Opinión de los lectores sobre el alumbrado público

La tendencia tanto para lectores de prensa, como para no lectores, evidencia la relevancia del tema del alumbrado público para los usuarios del servicio, quienes en su mayoría (91 encuestados- 46,90%) consideran que existen “bastantes” desperfectos en el alumbrado público. Las siguientes opciones consiguieron respuestas en orden decreciente: “mucho”, 57 (29,38%) respuesta por parte de los lectores y 4 (2,06%) por los no lectores; “moderadamente”, 24 (12,37%) respuestas por los lectores y ninguna (0%) por los no lectores; “poco”, 12 (6,18%) por los

lectores y 2 (1,03%) por los no lectores; tanto “nada” como “no sé”, obtuvieron una respuesta (0,51%) por los lectores y ninguna (0%) por los no lectores. Asimismo, en cada grupo hubo una (1) persona (1,03%) que no respondió a la pregunta.

Seguidamente, la pregunta siete fue formulada con el objeto de contrastar los resultados obtenidos en ésta y en la pregunta seis, con la idea de reiterar la significación social que posee el tema de las deficiencias en el alumbrado público.

7. ¿En qué lugares usted aprecia frecuentes fallas en el servicio eléctrico?

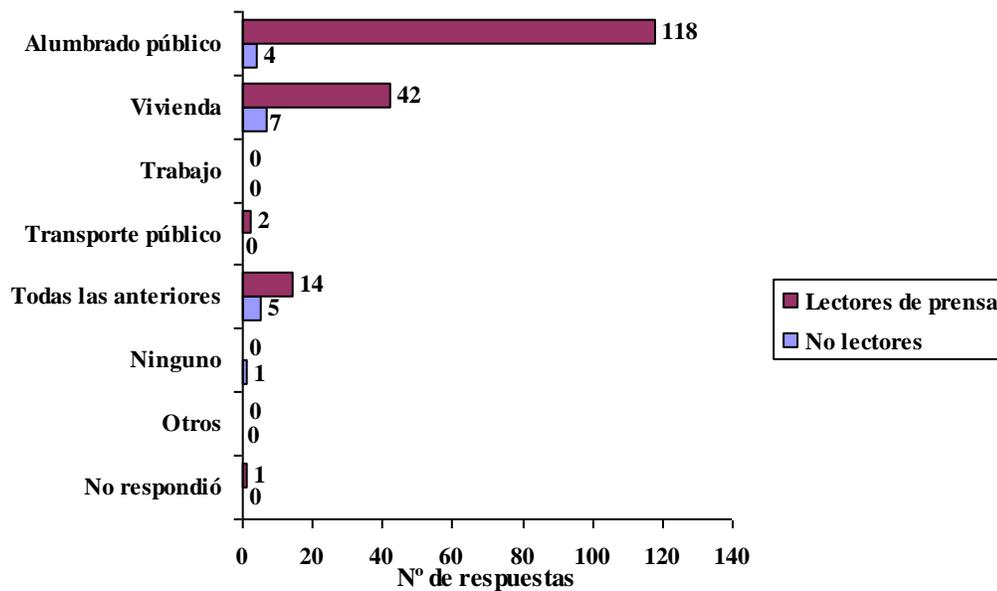


Gráfico 8. Gráfico de barras: Fallas en el servicio eléctrico

Como puede verse, la primera opción para los lectores de prensa es “alumbrado público” (118 encuestados), le sigue “vivienda” (42 encuestados), 19 de los encuestados respondieron “todas las anteriores”, mientras que tan sólo dos personas consideraron el “transporte público”. La única omisión a la pregunta, se manifestó en este grupo.

Con respecto a los no lectores, puede verse que la opción con más respuestas para éstos es “vivienda” con 7 respuestas; la segunda, con 5 respuestas “todas las anteriores”; quedando en tercer lugar “alumbrado público”, con 4. Entre los no lectores, se encontró la única persona que seleccionó para esta pregunta la opción de “ninguno de los anteriores”.

Por último en las opciones “trabajo” y “otros” no consiguieron respuestas en ninguno de los dos grupos.

La siguiente pregunta del cuestionario (número ocho), buscó conocer el grado de afectación que sienten los usuarios del servicio eléctrico frente a los apagones. Cabe destacar que este término apagón(es) es uno de los que se repite con mayor frecuencia en el campo semántico eléctrico de la matriz lexical presentada en el apartado 4.

8. ¿Se siente usted afectado por los apagones eléctrico?

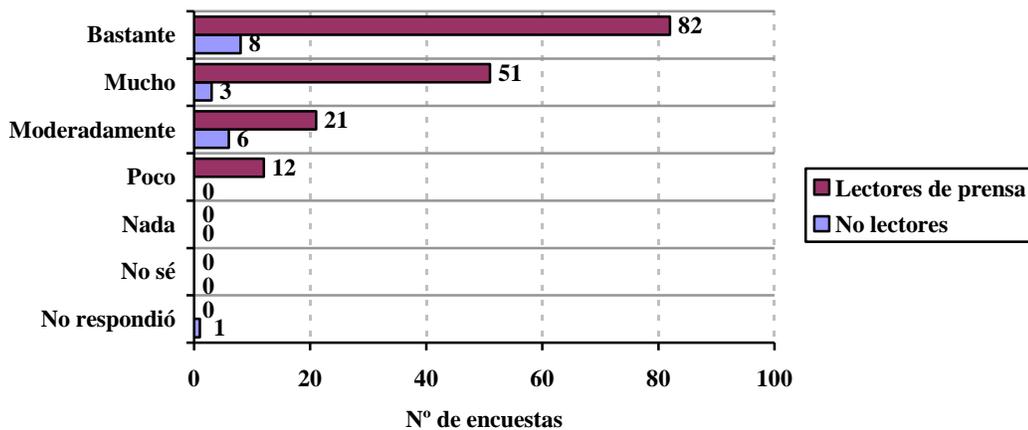


Gráfico 9. Gráfico de barras: Grado de afectación de los apagones eléctricos

Las personas que leen prensa en términos generales, expresaron sentirse “bastante” afectados por los apagones eléctricos (82 respuestas- 42,26%); 51 personas (26,28%) consideran que los apagones los afectan “mucho”; la respuesta “moderadamente” fue seleccionada por 21 encuestados (10,82%), mientras que la opción “poco” sólo fue escogida 12 veces (6,18%). Los no lectores, también le dieron el mayor número de respuestas a la opción “bastante” la cual fue escogida por 8 encuestados de este grupo (4,12%), seguida por “mucho” con 3 (1,54%) y “moderadamente” con 6 (3,09%). En esta pregunta, sólo hubo una respuesta omitida del grupo de no lectores de prensa (0,51%), y ninguna del grupo de lectores.

En cuanto a la pregunta nueve se trata, ésta buscó evaluar la opinión del lector de medios impresos sobre los temas que para ellos dominan las páginas de los diarios. Para ello los encuestados podían seleccionar tantos temas como considerasen necesario, además de tener la opción de “otros” para especificar alguno que no se encontrara entre la lista del cuestionario.

9. Según su percepción, las notas de prensa referentes al servicio eléctrico prestado por Corpoelec-Miranda comúnmente tratan el tema de:

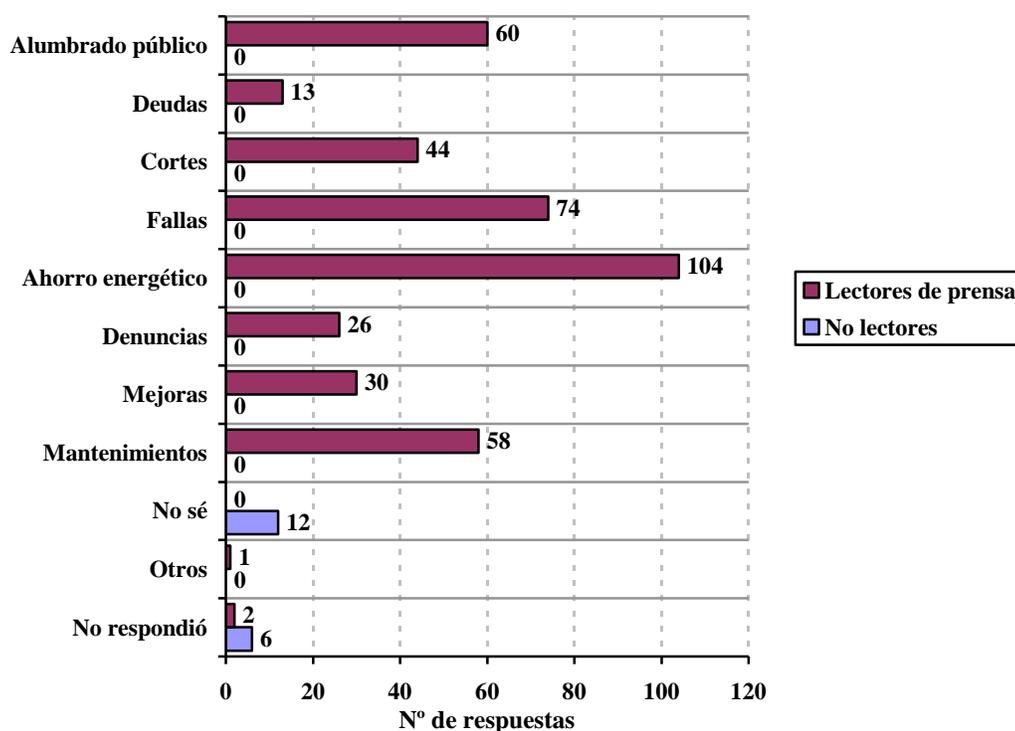


Gráfico 10. Gráfico de barras: Ejes temáticos de las notas de prensa sobre el servicio eléctrico.

Otros	
Sobre política	1 respuesta

Cuadro 6. Otros ejes temáticos de las notas referentes al servicio eléctrico

La tendencia de esta pregunta la marca el grupo de los lectores de prensa, para éstos el tema más tratado en los diarios La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy, es el “ahorro energético” con 122 selecciones; seguidamente se encuentra “fallas” con 77; y “alumbrado público” en el tercer lugar con 57 repeticiones; en

cuarto lugar “mantenimientos” con 52 selecciones; en el quinto lugar se ubica “cortes” con 46 selecciones ; en sexto lugar queda el término “denuncias” y en el séptimo “mejoras”; para el octavo “deudas”; y por último las opciones “no sé” y “otros” con una respuesta cada una. Sólo uno del grupo de los lectores omitió la pregunta, como puede observarse en el gráfico 10.

Por otra parte, de los 17 encuestados que no son lectores de medios impresos, 12 contestaron a la pregunta con un “no sé”, mientras que los otros 5 dejaron la respuesta en blanco.

Opinión de los lectores de los temas frecuentes sobre Corpoelec-Miranda según medio

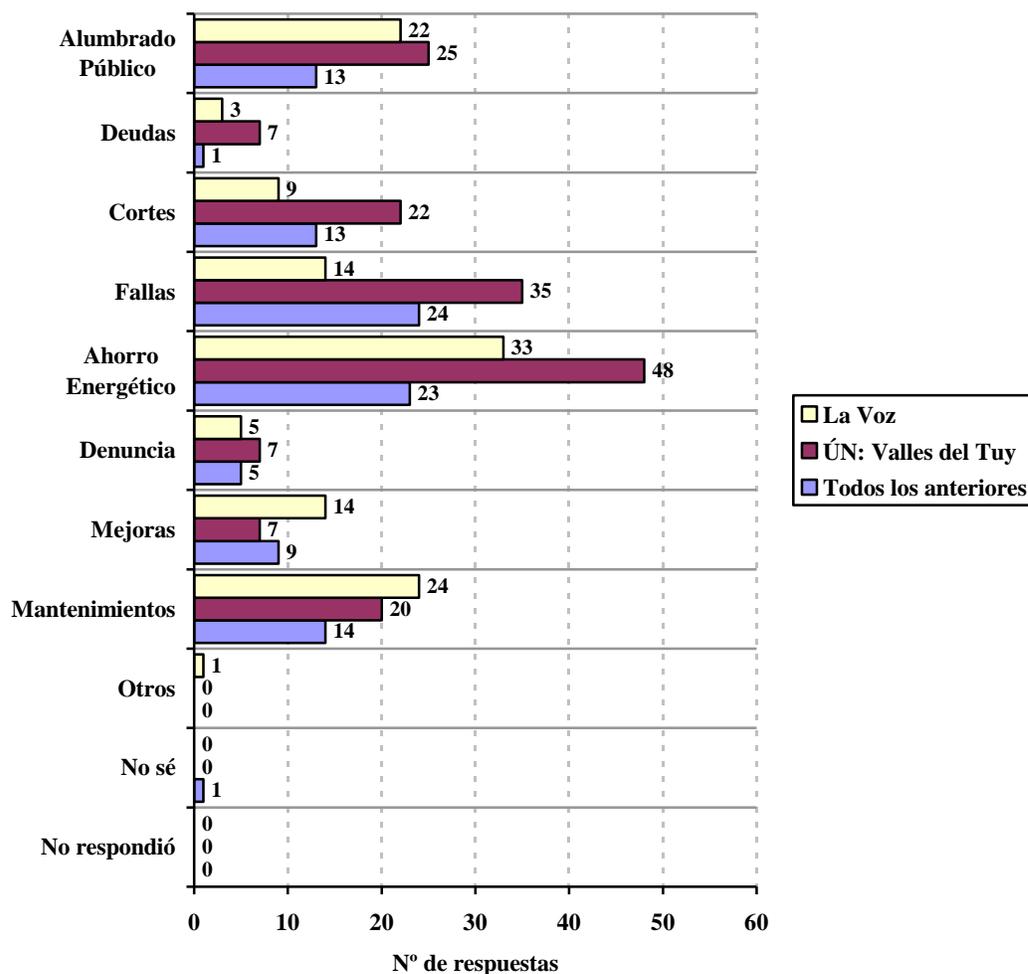


Gráfico 11. Gráfico de barras: Ejes temáticos de las notas de prensa sobre el servicio eléctrico según el medio

Este gráfico señala la tendencia temática que a juicio de los encuestados siguen los medios seleccionados para la muestra. Como se puede observar, los lectores de La Voz consideran que los tres temas sobre los que más se publica en

dicho medio comúnmente son: ahorro energético (33 selecciones), mantenimientos (24), alumbrado público (22). Con respecto a los lectores de Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy, le asignan los primeros lugares a: ahorro energético (48), fallas (35) y alumbrado público (25). Quienes se informan a través de los dos medios (La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy) consideran que los temas más publicados se refieren a fallas (24), ahorro energético (23) y mantenimientos (14).

Si se busca coincidencias entre estos grupos, todos señalan que el ahorro energético tiene una gran presencia mediática. Los lectores de La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy ubican en tercer lugar al alumbrado público. Además, temas como cortes y fallas tiene mayor presencia en periódico Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy, mientras que mantenimientos y mejoras, según los lectores, aparecen con más frecuencia en el diario La Voz.

Finalmente, la décima y última pregunta del cuestionario se realizó con el objeto de confirmar la pregunta cuatro. La intención fue observar si existía alguna discordancia en el tono de opinión entre las respuestas de ambas preguntas. A diferencia de la pregunta cuatro, la diez no fue de selección múltiple, y en vez de 9 opciones se colocaron 7.

10. Considera usted que el servicio prestado por Corpoelec-Miranda es:

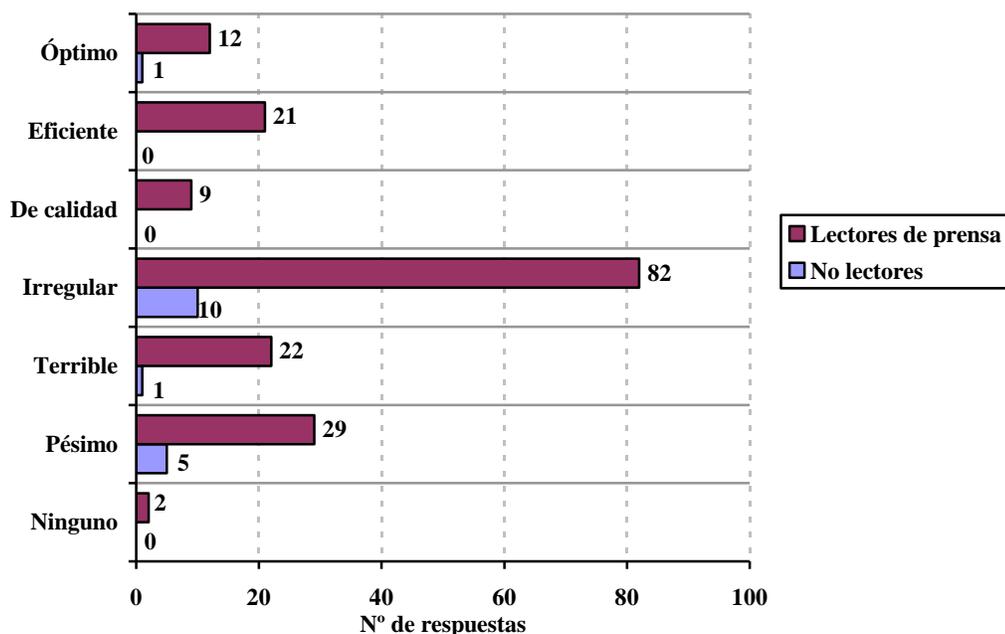


Gráfico 12. Gráfico de barras: Opinión de los lectores de prensa sobre la calidad del servicio eléctrico

En este gráfico, al igual que en el gráfico 5, el término más frecuente para los lectores de prensa es “irregular” con 82 (42,26%) apariciones, seguido por “pésimo” con 26 repeticiones (13,40%); “terrible” con 22 (11,34%) y “eficiente” con 20 (10,31%); el término “óptimo” fue seleccionado por los encuestados 12 veces (6,19%), mientras que “calidad” obtuvo 9 (4,64%) respuestas. Entre los lectores de prensa, dos encuestados (1,03%) manifestaron que ninguno de los adjetivos se correspondía con su apreciación del servicio eléctrico.

En cuanto a los encuestados que no leen prensa, la mayoría de este grupo también señaló que el servicio eléctrico es “irregular” con 10 selecciones (5,15%), en

segundo lugar se encuentra “pésimo” –con 5 (2,58%)-; seguido de “terrible” y “óptimo” con una respuesta cada uno (0,52% cada uno).

Como se dijo anteriormente, el grupo de no lectores es significativamente menor al de lectores, sin embargo cuando se habla de porcentajes los tamaños de las muestras no son relevantes. Así que llevando porcentajes los calificativos positivos (óptimo, eficiente y de calidad) y los negativos (irregular, terrible, pésimo) de ambos grupos, se puede observar que los lectores de prensa tienen una tendencia 18% mayor a valorar de forma positiva la gestión de Corpoelec.

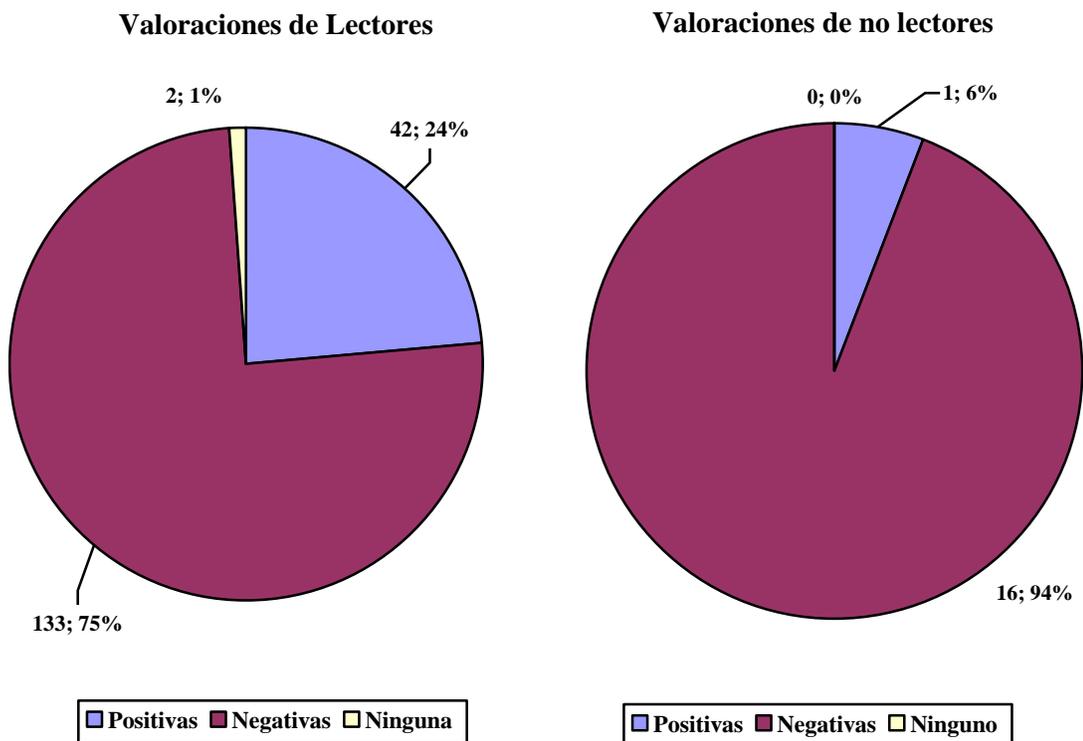


Gráfico 13. Gráfico circular: Valoración de Corpoelec-Miranda, de los lectores de prensa y no lectores.

En búsqueda del por qué de esta diferencia, el grupo investigador decidió realizar un gráfico de las valoraciones de acuerdo al medio, con el fin de descubrir si existen patrones distintos entre los lectores de un medio u otro.

Valoraciones escogidas por los encuestados según medio

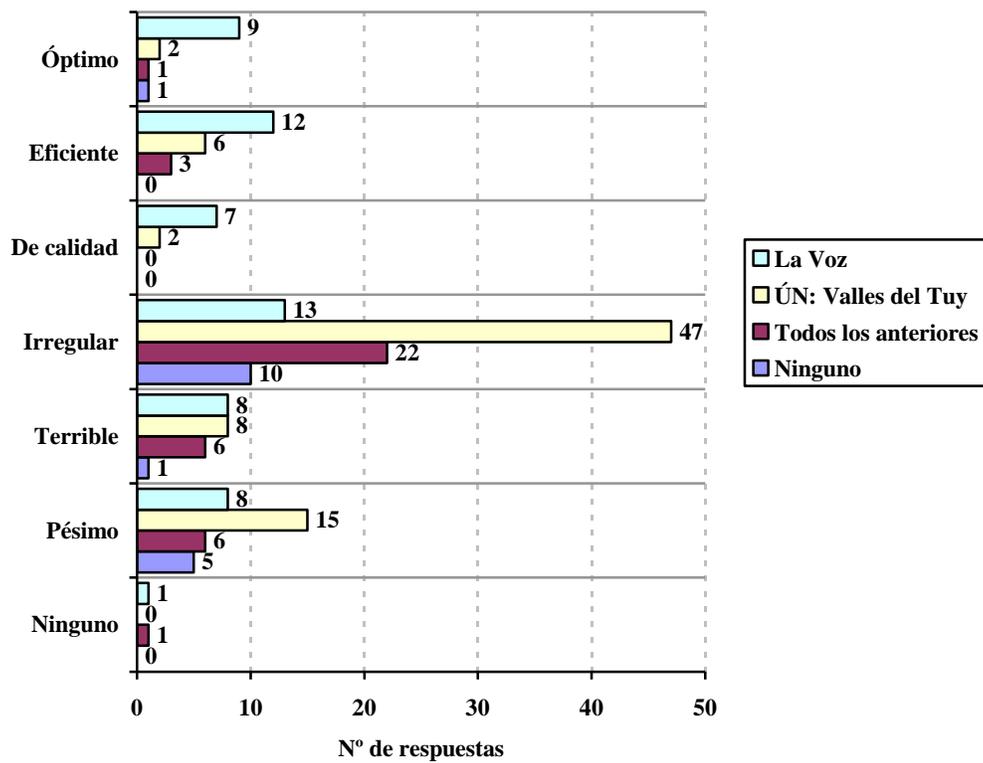


Gráfico 14. Gráfico de barras: Valoraciones de los lectores de prensa según el medio

Como puede observarse en el gráfico anterior, la mayoría de las valoraciones positivas fueron seleccionadas por lectores del periódico La Voz. Si se comparan estos resultados con las matrices de campos léxicos, se puede apreciar que todos los adjetivos positivos utilizados para el diseño de las preguntas 4 y 10, fueron extraídos de este medio.

Otros resultados obtenidos de las 42 personas que valoran a Corpoelec-Miranda de forma positiva (28 de La Voz, 7 de Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy, 6 de ambos medios, y 1 no lector), evidencian que en la pregunta 8 (¿Se siente usted afectado por los apagones eléctrico?) 26,19% manifestaron sentirse bastante afectados por los apagones, el mismo porcentaje contestó que se siente muy afectado, mientras que 30,95% se sienten afectados moderadamente, por último un 16,66% expresó sentirse poco afectado con los apagones, Esto revela que de las 21 personas que manifestaron anteriormente sentirse moderadamente afectados por los apagones eléctricos, 13 (61,90%) tienen una valoración positiva de Corpoelec-Miranda.

Partiendo de los datos presentados hasta ahora, se puede llegar a construir las conclusiones de esta investigación.

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La finalidad que las investigadoras se plantearon al emprender ese viaje, fue la de explorar la intervención de los medios impresos de los Valles del Tuy, específicamente los diarios La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy, en la formación de la imagen institucional de Corpoelec-Miranda entre julio y diciembre de 2011. Una vez aplicadas las técnicas de recolección de datos, el modelo de análisis lexical propuesto por Lourdes Molero y la encuesta, se contrastaron los resultados arrojados para dar inicio al último capítulo, el cual lleva por nombre: conclusiones.

Es en este capítulo, donde las autoras dan respuesta a la pregunta de investigación planteada al principio de la misma: ¿Los medios impresos de los Valles del Tuy intervienen en la formación de la imagen institucional de Corpoelec-Miranda, y si lo hacen de qué manera?

Sí, existe una influencia entre los medios impresos regionales seleccionados para el estudio, y la imagen que se forman los usuarios del servicio eléctrico, y esta influencia dependerá de la inclinación y postura del medio: a mayor número de noticias positivas, mayor probabilidades de tener una valoración positiva y viceversa.

El por qué de esta afirmación se devela luego de revisar los resultados obtenidos tras haber aplicado el modelo de análisis lexical de Lourdes Molero, donde se pudo apreciar que casi la mitad de los lectores de La Voz (48,27%) consideran que el servicio eléctrico es “óptimo”, “eficiente” o “de calidad”; mientras que sólo 10 encuestados (12,5%) del diario Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy, tienen una valoración positiva del servicio ofrecido por la empresa eléctrica en la región. Esto refleja que los lectores del diario La Voz, tienen una tendencia tres veces mayor a valorar a Corpoelec-Miranda de forma positiva, que los lectores del Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy. Esto corresponde con el análisis lexical donde la mayoría de los adjetivos positivos, y términos pertenecientes al dominio atención, fueron extraído del periódico La Voz.

Haciendo énfasis en los resultados obtenidos del análisis lexical, se logró llegar a las siguientes conclusiones: el dominio social dentro del levantamiento de campos semánticos de ambos medios es el que cuenta con un mayor número de palabras y muchas de éstas con significativas repeticiones, como es el caso de los términos “servicio” (32 veces), “usuarios” (18), “vecinos” (18), “empresa” (13), “público” (26). En este caso por tratarse de Corpoelec-Miranda, una organización que le presta un servicio a la población de los Valles del Tuy, existe amplia relación entre los términos utilizados dentro de los contenidos informativos referentes a la empresa y el objetivo de ésta.

En el caso del dominio tecnológico ocurre lo mismo que en el social, pues es el segundo con un grupo significativo de términos repetidos -muchos de estos con familia de palabras-, como el caso de los términos “eléctrico” (20) y “elétrica”(24). Sin embargo razones para que esto suceda existen, pues prácticamente no hay manera de referirse al tema del servicio ofrecido por Corpoelec-Miranda sin considerar algunos de los términos ubicados dentro de dicho dominio tecnológico, como ocurre con los vocablos “eléctrico”, “electricidad”.

En el dominio valorativo todo cambia. Los adjetivos que integran este dominio se repiten muy pocas veces, posiblemente porque a nivel periodístico informativo es importante mantener la objetividad y evitar atribuirle características al sujeto de las noticias. Cabe destacar que en este dominio existe un variado grupo de campos semánticos y la mayoría de las valoraciones fueron extraídas de citas textuales de personas que fueron entrevistadas para complementar o fortalecer el discurso noticioso.

Sin embargo, aunque son pocas las valoraciones que se repiten en los mensajes difundidos por los periódicos La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy, entre las más frecuentes se encuentran los términos “oscuras” (5 repeticiones), “apagones” (5), “apagón” (3), “oscuridad” (3), “oscurana” (3), afectados (3) y eficiente (5). Esta última valoración es utilizada no por los periodistas

o usuarios del sistema eléctrico, sino por los subcomisionados al hacer un llamado al uso eficiente y racional de la energía.

La aparición de los adjetivos “oscuridad,” “oscura” u “oscurana” mantienen una relación estrecha con las respuestas obtenidas -a las preguntas 6 y 7 del cuestionario- por la mayoría de los encuestados, quienes en términos generales consideraron que las calles y/o avenidas permanecen a oscuras por los defectos del alumbrado público. Esto además de reflejar que las personas al momento de evaluar el estado del alumbrado toman en cuenta la valoración “oscuras” como lo hacen los medios de comunicación reafirman que el estado del alumbrado público es ciertamente un tema de significación social merecedor de un espacio de publicación en los medios impresos (en el análisis lexical, la palabra alumbrado obtuvo 21 repeticiones, entre ambos medios analizados).

Siguiendo con el “alumbrado público”, se pudo constatar su relevancia social a nivel informativo, pues 118 personas que leen prensa señalaron que es en este donde frecuentemente se perciben fallas del servicio eléctrico. Además, en referencia a lo antes expuesto, se logra evidenciar el papel de los medios impresos al momento de generar opinión pública en los lectores sobre algún tema de actualidad.

Por otra parte, este trabajo de investigación al mismo tiempo permitió establecer las diferencias entre la percepción de la imagen de Corpoelec-Miranda que tienen las personas que leen prensa escrita y las que no; y aunque como se mencionó anteriormente el grupo de no lectores de prensa es significativamente menor al de lectores, llevando las valoraciones de ambos a porcentajes, se pudo hacer las comparaciones pertinentes llegando a concluir que el 24% de las personas que leen medios impresos perciben de forma positiva la imagen de esta empresa, mientras que el 75% de este grupo la percibe de forma negativa y el 1% no comparte ninguna posición. Y por otro lado, entre quienes no leen prensa un 6% valora a la empresa de manera positiva mientras que un 94% lo hace de forma negativa, y ninguno asume alguna otra posición.

En este particular no sólo se muestra que el grupo de los lectores de prensa tiene una tendencia 18% mayor a valorar de manera positiva el desempeño de Corpoelec-Miranda, en relación con los no lectores, sino que también se aprecia con amplia facilidad que ambos grupos predomina la percepción negativa de imagen de esta empresa.

Iguamente es necesario destacar, que aunque existan diferencias apreciativas entre lectores de un medio y otro, en términos generales la cantidad de solicitudes, fallas, y adjetivos negativos que se muestra en la matriz lexical, es reflejo fiel del 78,35% (mayoría de los encuestados) que consideran que el servicio que ofrece Corpoelec-Miranda es bajo, irregular o pésimo.

Es importante acotar que cada medio es capaz de influir de manera muy particular en la forma como el lector percibe la realidad, lo cual dependerá de la identidad o línea editorial del medio, ya que el modo que éste tenga de tratar y difundir los contenidos noticiosos influirá en la manera en como la persona receptora interpreta los mensajes. A partir de entonces, cada individuo tendrá la libertad de opinar de manera positiva o negativa sobre ciertos escenarios.

Cada persona es libre de elegir el medio de comunicación por el cual desea informarse sobre acontecimientos actuales, novedosos, con significación social o no, siempre y cuando sean de su interés. Sin embargo, a través de esta investigación se reveló que los habitantes de los Valles del Tuy al momento de informarse prefieren la prensa escrita, y específicamente los dos medios impresos regionales utilizados para el monitoreo de esta investigación (La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy), por ser éstos los de mayor tiraje dentro del estado y que además se difunden a lo largo de los seis municipios de los Valles de Tuy.

Por último, la electricidad forma parte del día a día de los tuyeros y un mal funcionamiento de ésta trastoca la rutina de los usuarios generando evidentes incomodidades y molestias. Por los momentos, no se puede conocer a ciencia cierta si esta molestia puede llegar a influenciar en la decisión de voto, pero sería un estudio

interesante que podría efectuarse después de las elecciones de alcaldes y gobernadores.

Sin embargo, lo que sí se puede afirmar es que a pesar de la diversidad de medios de comunicación social existentes y la evolución que ha tenido la sociedad desde la invención de la prensa escrita, ésta aún sigue siendo un medio relevante para quienes desean estar informados.

Su línea ideológica o política editorial, marca el rumbo de las notas a investigar y de los mensajes que se desean transmitir, influyendo así en la percepción del mundo que pueden llegar a tener sus lectores. El simple hecho de colocar en primera página una noticia y no otra, no le dice a los lectores qué pensar sobre ese tema, sino que sobre cuál tema deben pensar.

A través de la prensa, los lectores no sólo se informan, sino que sus ojos leen lo que sus oídos nos pueden escuchar, personas que a través del relato de sus vivencias dentro de una noticia, brindan un panorama más amplio de aquello que se le conoce como realidad.

Puede que la era de lo digital, lo multimedia y el Internet este en su mayor apogeo, sin embargo la relevancia social de la prensa está lejos de ser eclipsada y eso se pudo demostrar a lo largo de esta investigación.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes Bibliográficas

- Abreu Sojo, I. (2009) *El estudio de la Opinión Pública: Espacio Público y Medios de Comunicación Social*. Venezuela: Vadell Hermanos Editores, C.A
- Báez E, C. (2000). *La comunicación efectiva*. República Dominicana: Instituto Tecnológico de Santo Domingo.
- Baylon, C. y Fabre P. (1994) *Semántica*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.
- Bolívar, A. (2007) *Análisis del discurso: ¿Por qué y para qué*. Venezuela: Libros de El Nacional.
- Capriotti, P. (2009) *Branding Corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Chile: Colección de Libros de la Empresa
- Capriotti, P. (2008) *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. Tercera edición. España: Editorial Ariel, S.A.
- Capriotti, P. (1992) *La Imagen de la Empresa: Estrategia para una comunicación integrada*. España: El Ateneo.
- Castro, M (2003). *El proyecto de investigación y su esquema de elaboración*, segunda edición. Venezuela: Uyapal.
- Chumaceiro, I (2005) *Estudio Lingüístico del texto literario. Análisis de cinco relatos venezolanos*. Venezuela: Fondo Editorial de la Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela.
- Cogley, P. y Jansz L. (2001) *Semiótica para principiantes*. Argentina: Era Naciente SRL.

- Consuegra, J. (2002) *Diccionario de periodismo, publicaciones y medios*. Bogotá: Ediciones ECOE.
- Cook, T. y Reichardt, C. (2005) *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. Madrid: Ediciones Morata, S.L.
- D'Adamo, O; Freidegerg, F. y García, V. (2007) *Medios de Comunicación Social y Opinión Pública*. España: Ediciones Mc Graw-Hill.
- Ferrero, J. (1982). *Enciclopedia ciencias de la comunicación*. España: Editorial Asuri de Ediciones S.A.
- Galeno, E. (1997). *Modelos de comunicación desde los esquemas de "estímulo-respuesta" a la comunicación "contingente"*. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
- Goldhaber, G. (1984) *Comunicación Organizacional*. México: Editorial Diana.
- Gómez, C. (2008) *La gerencia de La Imagen: Enfoque estratégico*. Venezuela: Panapo
- Gómez, C. y Villalobos, J. (1998) *Cómo gerenciar la imagen corporativa*. Venezuela: Ediciones Plain ART.
- Harb, G. (2006) *La construcción mediática del otro*. Ecuador: Editorial Abya Yala
- Kapferer, J. (1995) *Diagnostico, imagen e identidad empresarial*. Venezuela: Editorial Universitaria
- Katz, D. y Kahn, R. (1977) *Psicología Social de las Organizaciones*. México: Editorial Trillas.
- Lazarfeld, P.y Katz E. (1979) *La influencia personal: El individuo en el proceso de comunicación de masas*. 1ª edición, Barcelona: Editorial Hispano Europea

- Manual de Trabajos de Grado, de especialización y Maestrías y Tesis Doctorales (2006). Caracas: Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL).
- Martín, F. (2004) *Diccionario de Comunicación Corporativa e Institucional y Relaciones Públicas*. España: Editorial Fragua
- Merchán, J. (1979) *Manual de teorías y técnicas magistrales de las Relaciones Públicas*. Venezuela: Impresos Urbina.
- Molero, L. (1985) *Lingüística y Discurso*. Venezuela: Ediciones de la Facultad Experimental de Ciencias, Universidad del Zulia.
- Molero, L. y Cabeza, J. (2007) *El enfoque semántico-pragmático en el análisis del discurso: teoría, método y práctica*. En Bolívar, Adriana (Ed.), *Análisis del discurso: ¿por qué y para qué?* Venezuela: Libros de El Nacional.
- Sánchez, J y Pintado, T (2009) *Imagen Corporativa: Influencia en la gestión empresarial*. España: ESIC Editorial.
- Serrano, M. (1977) *La mediación social*. Madrid: Akal editor.
- Scheinson, D. (1998) *Dinámica de la Comunicación y la Imagen Corporativa*. Argentina: Fundación OSDE.
- Tejada, L. (1987) *Gestión de la Imagen Corporativa: creación y transmisión de la identidad de la empresa*. Venezuela: Editorial Norma
- Tironi, E. y Cavallo, A. (2004) *Comunicación Estratégica*. Chile: Editotal Aguilar Chilena.
- Toro, I, y Parra, R. (2006) *Método y Conocimiento: Metodología de la Investigación*. Medellín: Editorial Universitario EAFIT
- Van Dijk, T. (1990) *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S. A.

Fuentes Electrónicas:

- Aguirre, J. (1979) *Las empresas pública*, en *Jurídica*, núm. 11, México, 1979. Disponible en el URL: <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/jurid/cont/11/pr/pr4.pdf> 1979
- *Ahorrar energía es tarea de todos y todas*. Ministerio del Poder Popular para la Energía Eléctrica. Disponible en el URL: <http://www.bnv.gob.ve/pdf/Emergenciael.pdf> [consulta 12 de abril de 2011]).
- Corpoelec. *Filosofía de gestión*. (Disponible en el URL: <http://www.corpoelec.gob.ve/filosof%C3%ADa-de-gesti%C3%B3n> [consulta 12 de abril de 2012]).
- Corpoelec. *Quiénes somos*. (Disponible en el URL: <http://www.corpoelec.gob.ve/qui%C3%A9nes-somos> [consulta 12 de abril de 2012]).
- Grande, I. y Abaswcal E. (2005) *Análisis de Encuestas*. España ESIC Editorial. (Libro en línea disponible en el URL <http://books.google.co.ve/books?id=qFcZOOiwRSgC&pg=PA11&dq=concepto+encuesta&hl=es&sa=X&ei=0Q2hT8ezIqbb0QGBvrjsCA&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false> [consulta 10 de mayo de 2012]).
- INE. *Población Miranda*. (Disponible en el URL: http://www.ine.gov.ve/seccion/menuprincipal.asp?nedo=15&nvalor=2_1&seccion=2 [consulta 1 de octubre de 2011]).
- Falção, H. y Fontes J. (1999) *¿En quién se pone el foco? Identificando “stakeholders” para la formación de la misión organizacional*. Publicado en la Revista del CLAD Reforma y Democracia. N° 15, Venezuela. (Disponible en el

URL:<http://www.bdp.org.ar/facultad/catedras/cp/analisispp/Falcao%20y%20Fontes%20Filho.pdf> [consulta 20 de abril de 2012])

- Losada, J. (2002) *Los medios de comunicación como generadores de imagen corporativa: los públicos internos*. Revista de la Facultad de Comunicación, ISSN 0214-0039, Vol. 15, Nº. 2, (Disponible en el URL: <http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/8003/1/20100226131610.pdf> [consulta 26 de marzo de 2012]).
- Ministerio de Ambiente. *Responsables de la hidrología y meteorología de Suramérica se reúnen en Venezuela*. Disponible en el URL:http://www.minamb.gob.ve/index.php?option=com_content&task=view&id=1761&Itemid=43 [consulta el 21 de octubre de 2011].
- Molero, L. y Cabeza, J. (2005) *Léxico y retórica en el discurso político venezolano*. Venezuela: Universidad del Zulia (Disponible en el URL <http://148.206.53.230/revistasuam/signoslinguisticos/include/getdoc.php?id=63&article=51&mode=pdf> [consulta el 23 de abril de 2011]).
- Molero, L. y Fernández, S. (2003) *Construcción Lingüística de la Imagen de la Universidad del Zulia en Panorama*. Revista Opción, Vol. 19, Nº. 41. Venezuela: Universidad del Zulia (Disponible en el URL: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31004103> [consulta 23 de abril de 2012]).
- Molero, L. y Pineda, A. (2010) *El discurso divulgativo de la ingeniería genética. Análisis semántico-pragmático*. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", Artículo 5. (Disponible en el URL: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/> [consulta 23 de abril de 2010]
- Muñoz, A. (2001). *Estructura y ética de los medios de comunicación*. Disponible en el

URL:http://www.profesionalesetica.org/documentos/cpm/estructura_etica_meditos.pdf [consulta 20 de febrero de 2012].

- Navas, A. (1997) *Autopercepción Intelectual de un proceso histórico*. Publicado en la Revista *Anthropos: huellas del conocimiento*. (Disponible en el URL: <http://books.google.co.ve/books?id=hmPbpsUDouIC&pg=PA53&dq=niklas+luhmann+canales+de+acoplamiento&hl=es&sa=X&ei=sWfT86LGsiV6AHy-v2AAg&ved=0CDIQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false> [consulta 10 de mayo de 2012]).
- Organización Meteorológica Mundial (OMM). *Responsables de la hidrología y meteorología de Suramérica se reúnen en Venezuela*. (Disponible en el URL:http://www.minamb.gob.ve/index.php?option=com_content&task=view&id=1761&Itemid=43 [consulta el 21 de octubre de 2011]).
- Producto. *De Caracas para Venezuela*. (Disponible en el URL: <http://www3.producto.com.ve/articulo.php?art=723> [consulta 17 de mayo 2012]).
- Red Escolar Nacional. *Tipos de medios de comunicación*. Disponible en el URL: <http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/premilitar/Tema8.html> [consulta 20 de febrero de 2012]).
- Rivera, L. (2004) *Marketing para las administraciones públicas: Gestión de la Satisfacción en un Servicio Público*. España: Editorial de la UPV. (Libro en línea disponible en el URL: <http://books.google.co.ve/books?id=sUlJnTziOvUC&pg=PA81&dq=tipos+de+encuestas&hl=es&sa=X&ei=2w6hT5a-L8bh0QHKroCZCQ&sqi=2&ved=0CEoQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false> [consulta 10 mayo de 2012])
- Rojas, E. (1998).

- Sagrario, R; Roberto, A. y Ángeles, F. *Medios de comunicación y manipulación*. Disponible en el URL: <http://www.uned.es/ntedu/espanol/matricula-abierta/comunicacion-y-manipulacion/guiacurso.pdf> [consulta 26 de marzo de 2012].
- Tamba-Mecz, I. (2004) *La semántica*. Traducido por Emma Jiménez. México: Fondo de Cultura Económico. (Libro electrónico disponible en el URL: http://books.google.co.ve/books?id=1ckSJWFW5RYC&printsec=frontcover&source=gbs_book_other_versions_r&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false [consulta 01 de mayo de 2012]).

Publicaciones Periódicas:

- (Gaceta Oficial N°39.363, Decreto N° 72.228) Fecha: 8 de febrero 2010
- Gaceta Oficial N°355.883, Decreto N° 5.330. Fecha: 31 de julio 2007.

Trabajos de Grado:

- Araujo, S. y Maracara, L. (1992) *Imagen de IESA en la prensa capitalina*. Trabajo de Grado para optar por la Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Núcleo de Caracas.
- Berris, J. (2004) *Análisis sobre la percepción de la imagen corporativa de SENIAT por parte de sus clientes externos*. Trabajo de Grado para optar por la Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Núcleo de Caracas.
- Díaz, K. (2003) *La imagen corporativa del Banco Central de Venezuela*. Trabajo de Grado para optar por la Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Núcleo de Caracas.
- Di Miele, J. (2004) *Estrategias para el mejoramiento y difusión de la imagen corporativa Corporación Venezolana de Guayana*. Trabajo de Grado para optar por el título de Especialista en Mercadeo para Empresas. Universidad Central de Venezuela. Núcleo de Caracas.

- López, M. (2006) *Imágenes cambiantes de la industria petrolera venezolana, en un estudio de la empresa escrita nacional*. Trabajo de Grado para optar por la Licenciatura en Sociología. Universidad Central de Venezuela. Núcleo de Caracas.
- Tasca, L. y Turzi, G. (2011) “Yo si soy “cuaima”, ¿y qué?”: *Una aproximación a la percepción y efecto colectivo de la “cuaima” y su presencia en la producción creativa nacional del Siglo XXI*. Trabajo de Grado para optar por la Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela. Núcleo de Caracas.

ÍNDICE DE CUADROS, GRÁFICOS Y FIGURAS

Figuras

Figura 1. <u>Interpretación Acumulativa</u>	38
Figura 2. <u>Tipología de Mitchell</u>	49
Figura 3. <u>Interacción de los públicos con la organización</u>	50
Figura 4. <u>Modelo de Schramm</u>	64
Figura 5. <u>Relación Significado-Significante</u>	79
Figura 6. <u>Representación de las dimensiones de relación significante – significado</u>	80

Cuadros

Cuadro 1. <u>Recorrido semasiológico del enfoque semántico-pragmático</u>	89
Cuadro 2. <u>Matriz para identificar dominios de origen del léxico utilizado</u>	92
Cuadro3. <u>Matriz para identificar dominios de origen de léxicos utilizados y levantamiento de campos léxicos</u>	97
Cuadro 4. <u>Otros medios mediante los cuales se informan de las actividades de Corpoelec-Miranda</u>	109
Cuadro 5. <u>Otros medios impresos que leen los encuestados</u>	112
Cuadro 6. <u>Otros ejes temáticos de las notas referentes al servicio eléctrico</u>	120

Gráficos

Gráfico 1. <u>Gráfico de barras: conocimiento sobre Corpoelec-Miranda</u>	108
Gráfico 2. <u>Gráfico de barras: Medios de comunicación social que leen los usuarios de Corpoelec-Miranda</u>	109
Gráfico 3. <u>Gráfico de barras: Lectores de medios impresos</u>	110
Gráfico 4. <u>Gráfico de barras: Lectores de los medios La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy</u>	111

Gráfico 5. <u>Gráfico de barras: Adjetivos utilizados por los encuestados para referirse a Corpoelec –Miranda</u>	113
Gráfico 6. <u>Gráfico de barras: Realidad del servicio eléctrico percibida por los usuarios vs Las notas públicas por los diarios la Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy.</u>	115
Gráfico 7. <u>Gráfico de barras: Opinión de los lectores sobre el alumbrado público</u>	116
Gráfico 8. <u>Gráfico de barras: Fallas en el servicio eléctrico</u>	117
Gráfico 9. <u>Gráfico de barras: Grado de afectación de los apagones eléctricos</u>	119
Gráfico 10. <u>Gráfico de barras: Ejes temáticos de las notas de prensa sobre el servicio eléctrico</u>	120
Gráfico 11. <u>Gráfico de barras: Ejes temáticos de las notas de prensa sobre el servicio eléctrico según el medio</u>	122
Gráfico 12. <u>Gráfico de barras: Opinión de los lectores de prensa sobre la calidad del servicio eléctrico</u>	124
Gráfico 13. <u>Gráfico circular: Valoración de Corpoelec-Miranda, de los lectores de prensa y no lectores</u>	125
Gráfico 14. <u>Gráfico de barras: Valoraciones de los lectores de prensa según el medio</u>	126

ANEXOS

Anexo A. Muestra 1

Título	Medio impreso	Fecha de publicación
Comienza 4ta etapa de racionamiento energético	La Voz	01/07/2011
Nueva Cúa sin electricidad	Últimas Noticias	01/07/2011
A oscuras está calle Padre Arroyo en Ocumare del Tuy	La Voz	06/07/2011
Conductores piden alumbrado para autopista	Últimas Noticias	06/07/2011
Cambian 180mil bombillos para el ahorro de energía	Últimas Noticias	06/07/2011
El Limón de Cúa protestó por constantes apagones eléctricos	La Voz	07/07/2011
En Marare se quejan por marañas de cable	Últimas Noticias	07/07/2011
Rehabilitan alumbrado público de la calle 4 de Charallave	La Voz	08/07/2011
Reclaman apagones frecuentes en Aparay de Cúa	Últimas Noticias	08/07/2011
Vías de La Estrella están oscuras como cueva de oso	Últimas Noticias	11/07/2011
Claman por restitución del alumbrado público	La Voz	11/07/2011

Cables de alta tensión guindan cual chinchorros	Últimas Noticias	13/07/2011
Vecinos denuncian falta de luz en Dos Lagunas	Últimas Noticias	13/07/2011
Inspección en avance de trabajos en termoeléctrica	La Voz	14/07/2011
Supervisaron adelanto de las obras en termoeléctrica	Últimas Noticias	14/07/2011
Falla eléctrica generó retraso de 45 minutos en el ferrocarril	La Voz	05/07/2011
Falla eléctrica afectó a 10 familias de Ciudad Miranda	Últimas Noticias	18/07/2011
Se encuentran en el aire los postes del sector el esfuerzo	La Voz	18/07/2011
En La Carabobo viven entre marañas de cables	Últimas Noticias	19/07/2011
Suspenden el servicio eléctrico a los morosos	La Voz	19/07/2011
Corpoelec invita a ponerse al día con facturas	Últimas Noticias	19/07/2011
Sectores de Ocumare se quedarán sin electricidad	Últimas Noticias	20/07/2011
La calle Simon Rodríguez de Quebrada Seca está vuelta leña	La Voz	21/07/2011
Corpoelec Miranda en 1er lugar de captación de usuarios	La Voz	22/07/2011
Industriales tereseños recortarán uso de energía	Últimas Noticias	22/07/2011

Las calles de La Horquilla son alumbradas por la luz de la luna	Últimas Noticias	26/07/2011
Vecinos de Cacique Yare están a oscuras	Últimas Noticias	26/07/2011
Apagones desatan la ira en Paz Castillo	Últimas Noticias	27/07/2011
Declaran en emergencia eléctrica a Simón Bolívar	La Voz	27/07/2011
En el matadero de Ocumare trancaron vía por falta de luz	La Voz	27/07/2011
En La Palmita manifestaron por falta de electricidad	Últimas Noticias	27/07/2011
Agradecen cambio de equipo a Corpoelec	La Voz	27/07/2011
Corpoelec le dio la cara a los vecinos de "Simón Bolívar"	La Voz	29/07/2011
Corpoelec le para a vecinos de Yare	Últimas Noticias	29/07/2011
Con candela Nueva Cúa protestó apagón de 14 horas	Últimas Noticias	04/08/2011
Gente de Las Colinas no aguantan más apagones	Últimas Noticias	11/08/2011
Dejarán sin luz durante 5 horas a sectores de Independencia	Últimas Noticias	13/08/2011
En Ocumare no se calan más apagones	Últimas Noticias	19/08/2011
Comenzó la cayapa eléctrica en Cúa	Últimas Noticias	27/08/2011

La oscuridad se adueñó de la Guillermo García	Últimas Noticias	29/08/2011
5 municipios sin luz durante 3 horas	Últimas Noticias	30/08/2011
Corpoelec promete caerle encima a los apagones	Últimas Noticias	31/08/2011
Comunales resguardarán subestaciones eléctricas	La Voz	02/09/2011
Falla eléctrica generó serios retrasos en el ferrocarril	La Voz	02/09/2011
Piden mejoras alumbrado en sectores	Últimas Noticias	06/09/2011
Comunales custodiarán estación eléctrica	Últimas Noticias	06/09/2011
Consejal exhorta a los yarenses a ponerse al día con Corpoelec	La Voz	07/09/2011
Municipios se afectarán con cortes eléctricos	Últimas Noticias	07/09/2011
Exhortan a usuarios a cancelar servicio	Últimas Noticias	07/09/2011
Vecinos están con el peñón afuera por los apagones	Últimas Noticias	07/09/2011
En Los Anaucos están a una piedrita de quedar aislados	Últimas Noticias	08/09/2011
Agradecen atención de Corpoelec Ocumare	La Voz	08/09/2011
Corpoelec participó en plan Vacacional	La Voz	08/09/2011
Corpoelec pensará a quienes no ahorren energía	Últimas Noticias	09/09/2011

Arropados por la oscurana están en la Don Bosco	Últimas Noticias	13/09/2011
Hoy habrá más cortes de electricidad	Últimas Noticias	13/09/2011
Los apagones en Santa Marta de Ocumare están a la orden del día	La Voz	13/09/2011
Le meterán el pecho al alumbrado público	Últimas Noticias	13/09/2011
Ponen en marcha cronograma para solventar problemas eléctricos	La Voz	13/09/2011
Corpoelec le paró un pelín a comunales	Últimas Noticias	15/09/2011
Ediles piden intervención de Corpoelec por "sabotaje eléctrico"	La Voz	16/09/2011
Apagones le amargan la vida a vecinos de Tomás Lander	Últimas Noticias	17/09/2011
En Charallave se sobrevive a los apagones	Últimas Noticias	19/09/2011
Corpoelec cambió 2mil 199 bombillos ahorradores	La Voz	19/09/2011
A oscuras inscribieron a alumnos del Liceo Charallave	La Voz	20/09/2011
Tomada por oscuridad está la calle de La Vega	Últimas Noticias	20/09/2011
Hoy aplicarán cortes programados	Últimas Noticias	20/09/2011
En Independencia se aprobó plan de ahorro energético	La Voz	21/09/2011
Quedaron alumbraditas calles de Tomás Lander	Últimas Noticias	21/09/2011

Reparación de Jabillito quedó en el aire	Últimas Noticias	27/09/2011
Callejón "El Recreo" se alzó en Ocumare por falta de luz	La Voz	27/09/2011
Corpoelec anuncia cortes programados	Últimas Noticias	28/09/2011
Vecinos del sector "Corocito" truncan vía por falta de luz	La Voz	30/09/2011
Le cortarán el servicio a los usuarios "mala paga"	Últimas Noticias	30/09/2011
Corpoelec le cortara el servicio a los morosos	La Voz	03/10/2011
Hoy aplicaran cortes programados	Últimas Noticias	03/10/2011
En los Caracas Tuy se quedan en la oscurana	Últimas Noticias	04/10/2011
Corpoelec efectuará operativo de lectura	La Voz	05/10/2011
Formaron cuadrilla para atender a comunidades	Últimas Noticias	05/10/2011
Ocho horas sin luz en dos municipios	Últimas Noticias	06/10/2011
Filtraciones agobian a vecinos de residencias Don Bosco	La Voz	06/10/2011
Corpoelec solventó fallas eléctricas en yare y Ocumare	Últimas Noticias	07/10/2011
Choros dejan a oscuras a varias comunidades	Últimas Noticias	09/10/2011
Realizan jornadas para cambiar bombillas	Ultimas Noticias	11/10/2011

Piden mejorar alumbrado en redomas	Últimas Noticias	11/10/2011
Cortes de luz para el lunes	Últimas Noticias	15/10/2011
A oscuras están vías de Santo Domingo	Últimas Noticias	17/10/2011
En La Estrella no ven luz con los apagones	Últimas Noticias	18/10/2011
Habrá cortes de luz en dos municipios	Últimas Noticias	22/10/2011
En Las Luc�as llevan 2 días sin servicio eléctrico	Últimas Noticias	23/10/2011
Mejoran alumbrado público en Urdaneta	La Voz	24/10/2011
Hoy habrá más cortes de luz	Últimas Noticias	24/10/2011
En la calle El Tamarindo se hast�an de la oscurana	Últimas Noticias	24/10/2011
Neveras en nueva c�a no aguantan bajones de luz (respuesta de trabajos en s/e)	Últimas Noticias	27/10/2011
Cortes eléctricos	Últimas Noticias	28/10/2011
Vecinos de Nueva C�a trancaron por falta de luz	Últimas Noticias	28/10/2011
Toda la semana habrá cortes de luz	Últimas Noticias	30/10/2011
Cortes programados en varios municipios	Últimas Noticias	31/10/2011
En Urdaneta acondicionan subestaciones eléctricas	La Voz	31/10/2011

Mejoran alumbrado público en yare	Últimas Noticias	01/11/2011
Hoy habrá cortes programados	Últimas Noticias	01/11/2011
Regularicen el servicio eléctrico	Últimas Noticias	02/11/2011
Cortes programados	Últimas Noticias	03/11/2011
Mejoran alumbrado en el municipio "Simón Bolívar"	La Voz	03/11/2011
Cortes programados	Últimas Noticias	04/11/2011
Cortarán la luz en Cristóbal Rojas y Urdaneta	Últimas Noticias	06/11/2011
Corpoelec dictó charla a comunales	La Voz	07/11/2011
De noche la perimetral de Charallave lo que mete es miedo	Últimas Noticias	07/11/2011
Corpoelec dictó charla a comunales	La Voz	07/11/2011
Cortes programados	Últimas Noticias	08/11/25011
Carretera La Raisal es una boca de lobo durante la noche	Últimas Noticias	08/11/2011
Hoy habrá más racionamiento de luz	Últimas Noticias	09/11/2011
En la soledad de Yare viven en ranchos de bahareque	La Voz	09/11/2011
Cortes de luz	Últimas Noticias	11/11/2011

Fallas en el servicio eléctrico en Parosca	La Voz	14/11/2011
Hoy habrá cortes de luz en la Sucre	Últimas Noticias	14/11/2011
Cortes programados	Últimas Noticias	15/11/2011
En Corpoelec Miranda se armó un problemón	La Voz	15/11/2011
Inician plan de asfaltado y alumbrado en Santa Teresa	Últimas Noticias	15/11/2011
Apoyan gestión de Orestes Morao	La Voz	16/11/2011
Cortes programados	Últimas Noticias	17/11/2011
Cortes programados	Últimas Noticias	18/11/2011
Oscura está la avenida principal de "La Raisa"	La Voz	21/11/2011
En Colonia Mendoza tiene 3 años sin alumbrado público	La Voz	21/11/2011
A oscuras Plaza del Estudiante	La Voz	22/11/2011
Comunales les cantaron sus fallas a Corpoelec	Últimas Noticias	23/11/2011
En Valle Marín de Cúa se amotinan por fallas eléctricas	La Voz	25/11/2011
Vecinos trancaron vía pública por fallas en servicio eléctrico	Últimas Noticias	25/11/2011
Cortes programados para hoy	Últimas Noticias	29/11/2011

Cortes programados	Últimas Noticias	30/11/2011
En Las Yaguas sólo alumbran luciérnagas	Últimas Noticias	30/11/2011
A punto de caer	Últimas Noticias	30/11/2011
Cortes programados	Últimas Noticias	01/12/2011
En las flores agradecen trabajos de Corpoelec	La Voz	02/12/2011
Cortes programados	Últimas Noticias	02/12/2011
Apagón de doce horas afectó a Ocumare y Cúa	La Voz	02/12/2011
En la Avenida Ribas los postes están de adorno	Últimas Noticias	02/12/2011
Reubicaron líneas de alta tensión en las guayas	Últimas Noticias	06/12/2011
Apagón nocturno agarró a medio mundo fuera de base	Últimas Noticias	06/12/2011
Cambiarán equipos de alto consumo en residencias	Últimas Noticias	07/12/2011
Mantenimiento de emergencia mañana en zona de Charallave	La Voz	08/12/2011
Pasan la escoba pareja en Santa Teresa	Últimas Noticias	08/12/2011
Falla eléctrica dejó sin energía a 4 municipios	Últimas Noticias	09/12/2011
Mejoran la vialidad y el alumbrado en la zona de Santa Teresa	La Voz	09/12/2011

Aguas piches recorren la calle Boyacá de Corocito	Últimas Noticias	12/12/2011
Sin iluminación y sin policía el terror reina en Nueva Cúa	Últimas Noticias	12/12/2011
Vecinos plantearon quejas ante pleno de gerentes de Corpoelec	Últimas Noticias	13/12/2011
Corpoelec realizó reunión con consejos comunales	La Voz	13/12/2011
Alcaldía activó tres superpostes de luz	Últimas Noticias	16/12/2011
La Yare-Santa Teresa es una guillotina	Últimas Noticias	20/12/2012
Corpoelec desincorpora chatarra	La Voz	27/12/2011
Reparan torres de electricidad en La Raisa	La Voz	27/12/2011
Inician reparación de alumbrado público en "Simón Bolívar"	La Voz	28/12/2011
Corpoelec realizó mejoras en el alumbrado de La Raisa	La Voz	29/12/2011
Echarán una manito al alumbrado	Últimas Noticias	29/12/2011
Corpoelec Miranda cierra 2011 "con grandes logros"	La Voz	31/12/2011

Cuadro 7. Notas de prensa de La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy

Anexo B. Publicaciones de los medios La Voz y Últimas Noticias: Edición Valles del Tuy

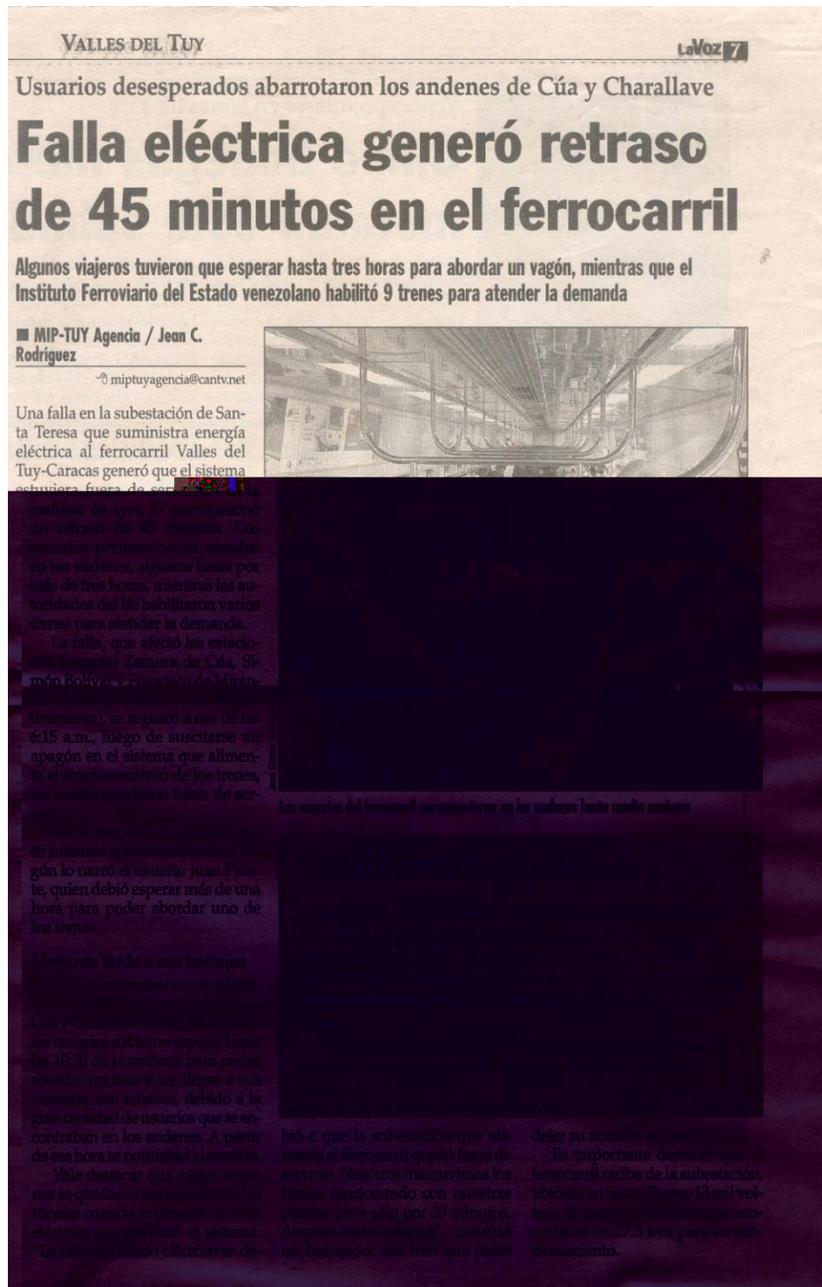


Imagen 1. Falla eléctrica generó retraso de 45 minutos en el ferrocarril

Corpoelec Miranda en 1er. lugar de captación de usuarios

A través de la misión "Luz con Conciencia", la empresa Corpoelec ha incrementado la captación de usuarios en la zona Miranda, logrando el primer lugar en ese indicador, en comparación a otras zonas a nivel nacional.

Así lo expuso la subcomisionada de Comercialización y Distribución Marjore Ceballos, quién además comentó que se trata de un logro que es de todos los trabajadores, quienes junto a las comunidades censaron y captaron a los usuarios no registrados.

"Esta es una iniciativa de la zona, que nos ha permitido cumplir y sobrepasar nuestras metas mensuales" comentó la subcomisionada. Además agregó que de un quinto lugar a nivel nacional en este indicador lograron posicionarnos del primero, en los últimos dos meses.

Según las estadísticas que lleva el equipo de la gerencia de captación dentro de la empresa socialista estatal, de 633 contratos realizados en el mes de enero, se ha incrementado a mil 650 contratos, en junio.

Finalmente, Ceballos agradeció la colaboración de las comunidades para que esta misión "Luz con Conciencia" resultara exitosa e invitó a los pobladores, que aún no lo han hecho, a que se integren "para trabajar en conjunto y revertir esta labor, en un servicio óptimo y sin fallas en el suministro eléctrico". MIP-TUY

Imagen 2. Corpoelec Miranda en 1er. lugar de captación de usuarios

SIMÓN BOLÍVAR | EN UN DÍA REGISTRARON 16 ALTAS Y BAJAS DE TENSIÓN ELÉCTRICA EN LA JURISDICCIÓN

Corpoelec le paró a vecinos de Yare

Cuadrillas efectúan desmalezamiento y mantenimiento del tendido energético

PATRICIA BRICEÑO R./INTERPREN
pbriceno@capriles.com

Charallave. El clamor de los vecinos que residen en el municipio Simón Bolívar fue escuchado por la autoridades de Corpoelec de la subregión.

Las denuncias formuladas contra el pésimo servicio eléctrico en las comunidades de la jurisdicción, fueron atendidas ayer en una mesa de trabajo realizada en la sede del gobierno municipal.

El concejal Pedro Flores indicó que ayer, después de las 12 m, cuadrillas realizaron desmalezamiento y mantenimiento del tendido eléctrico.

"Cambiaron los transformadores que originaron 16 apagones en un día; trabajaremos en conjunto para mejorar las irregularidades", dijo. ■



Ayer hubo una mesa de trabajo. INTERPREN/MAURIN HERNÁNDEZ

Imagen 3. Corpoelec le paró a vecinos de Yare

TOMÁS LANDER

En La Palmita manifestaron por falta de electricidad

AIRAMY CARREÑO ESPEJO/INTERPREN
acarreño@cadena-capriles.com

Charallave. Con piedras, palos, ramas y cauchos, residentes de la calle La Palmita del sector Corocito de Ocumare del Tuy, municipio Tomás Lander, protestaron la tarde de este martes por falta del servicio eléctrico.

La manifestación comenzó cerca de la 1:10 pm y culminó aproximadamente a las 4 pm, cuando se apersonaron comisionados de la Corporación Eléctrica Nacional (Corpoelec). La situación ha afectado a más de 200 familias del sector, así como a parte de los habitantes de las urbanizaciones Valle Verde y Aragüita I, ubicadas cerca del sector afectado.

Según los vecinos, el apagón comenzó la madrugada del viernes, lo que colmó la paciencia por la falta de respuestas de los representantes de Corpoelec.

El tránsito vehicular hacia Valle Verde, Aragüita, Corocito, terminal de pasajeros y final de la avenida Miranda fue cerrado por los afectados.

“Los constantes aguaceros fueron los que provocaron la caída de los ‘tabacos’. Por eso nos quedamos sin luz durante estos tres días”, revelaron los vecinos.

Se conoció que los portavoces de la empresa eléctrica se comprometieron a solventar la situación y restituir el servicio a los vecinos afectados en el corto plazo. ■

Imagen 4. En La Palmita manifestaron por falta de electricidad



Imagen 5. Suscriptores piden a Corpoelec informar sobre los cortes e luz

Dos facturas vencidas serán motivo de corte Suspendrán servicio eléctrico a los morosos

Cortes del servicio a usuarios que no estén al día con la factura del servicio eléctrico, aplicará la empresa Corpoelec, desde el 15 al 19 de agosto, a la par que estará notificando la deuda a los suscriptores.

Al dar a conocer la información, el subcomisionado de la estatal eléctrica socialista, Orestes Morao, explicó que es necesaria la cooperación de todos los usuarios para que cancelen sus facturas del suministro eléctrico, como lo estipula la ley.

Asimismo, a quienes tengan una deuda muy alta, el funcionario, los invitó a visitar la oficina comercial más cercana a sus hogares, para que conozcan las formas de pago ofrecidas por Corpoelec, así como los convenimientos de pago, abono, cancelación, utilizando la página web de nuestra filial: www.cadafe.com.ve, donde pueden realizar su cancelación con tarjetas de crédito y o través de el ban-

co Banesco.

El subcomisionado indicó, que los sectores que serán abordados por los trabajadores serán; en los municipios: Independencia: Casco Central, Mopía y Dos Lagunas I, II y III; Cristóbal Rojas: Casco Central y Urbanización La Estrella; Urdaneta: Casco Central y Mercado Municipal; Paz Castillo: Casco Central y El Rosario; Tomás Landier: Casco Central, Sector Tucuyito y urbanización Jardines de Betanías y Simón Bolívar: Casco Central y el sector La Aguada, Sector El Paujé, Calles Santa Cecilia y Progreso, Sector el Calvario y urbanización Ave María.

Morao subrayó que todos los beneficiarios del servicio eléctrico tienen el deber de cancelar a tiempo su factura, ya que esto se revertirá en un suministro óptimo y de calidad; finalmente, aprovechó la oportunidad para reiterar el llamado de uso eficiente del servicio. MIP-TUY

Imagen 6. Suspendrán servicio eléctrico a los morosos



Imagen 7. El alumbrado público en San Benito es pésimo

URDANETA | CONDUCTORES QUE TRANSITABAN POR LA VÍA DE LOS LLANOS SE QUEDARON VARADOS

Con candela Nueva Cúa protestó apagón de 14 horas

Corpoelec llegó a las 4 pm y la gente levantó la manifestación

MAURIN HERNÁNDEZ/INTERPREN
mhernandez@cadena-capriles.com

Charallave. Una cola de más de dos kilómetros se formó en la carretera Nacional Cúa-San Casimiro desde las 11 am de ayer. Vecinos de cinco sectores de la parroquia Nueva Cúa, tras pasar 14 horas sin servicio eléctrico, cerraron el paso con palos y cauchos y les metieron candela, a la altura de la urbanización industrial El Deleite.

A los conductores que se trasladaban por la vía para tomar la carretera de los llanos les tocó cambiar la ruta por Santa Teresa para empalmar con Altagracia de Orituco por la vía de Guatopo.

Minerlis Falcón, vecina del sector 4 de Madera, ha tenido que comprar en menos de dos semanas cinco tratamientos para el asma de sus gemelas, dado que los apagones han dañado los medicamentos que requieren refrigeración.

Para la señora, perder estas medicinas es terrible, pues debe desembolsar BsF 500 cada vez que va a la farmacia.

La familia Falcón no es la única afectada. Los Rodríguez del sector Viposa pasaron la noche en vela para evitar que el abuelo de la familia se quedara sin oxígeno, dado que la



Con gasolina quemaron cauchos para trancar el paso. INTERPREN/MAURIN HERNÁNDEZ

HABLA LA GENTE



María Fagúndez (sector 4) “Con una subida de tensión se me quemó la nevera la noche del lunes... De verdad no pensé que algo así pasaría. Lo peor es que nadie se responsabiliza por la situación”.



Carmen Ruiz (sector Madera) “En mi casa tengo una venta de helados y con tanto tiempo sin luz todos se dañaron. Llamamos a Corpoelec para ver qué nos decían, pero nadie nos supo explicar”.



Ana Eligon (sector 1) “¿Cómo debemos hacer? No hay medidores en las casas y, por ende, hay muchos que no pagan por el servicio. Deben sincerar la situación porque no tenemos información”.

bombona que debe usar por su delicado estado de salud no pudo ser conectada por falta de electricidad.

Paula Páez, residente del sector 1, apuntó que desde hace dos semanas se han presentado apagones a diferentes ho-

ras del día y en Corpoelec no dicen nada al respecto.

“El lunes pasamos casi toda la noche sin luz y algunos vecinos perdieron comida y electrodomésticos, pues cuando volvió la subida de corriente fue fuerte y repentina”, dijo.

Páez señaló que las autoridades de Corpoelec deben acudir a la parroquia para que se sincere la instalación de los medidores y las personas puedan cancelar por el servicio.

“Nosotros no estamos negados a pagar el servicio, pero deben hacer los contratos para que nos podamos poner al día”, exigió.

A las 4 pm, las cuadrillas de Corpoelec se presentaron al lugar y el servicio fue restablecido. De inmediato, los vecinos levantaron la manifestación. ■

Imagen 8. Con candela Nueva Cúa protestó apagón de 14 horas



Imagen 9. Agradecen atención de Corpoelec Ocumare



Imagen 10. Corpoelec cambió 2 mil 199 bombillos ahorradores

CORPOELEC | INSTALARÁN LAMPARAS CON FOTOCÉLULAS DONDE HAYA ILUMINACIÓN CON LUZ DIRECTA

Le meterán el pecho al alumbrado

Se estima que semanalmente sustituirán luminarias en cinco comunidades

KAREN ARÉVALO/INTERPREN
karevalo@cadena-capriles.com

Charallave. Desde la semana pasada Corpoelec implementa el cambio del alumbrado público de luminarias de luz directa a lámparas con fotocélulas.

Así lo dio a conocer el ingeniero Orestes Morao, subcomisionado de Comercializa-



Integrarán a los consejos comunales. INTERPREN/MAURIN HERNÁNDEZ

ción, Distribución y Uso Racional y Eficiente de la Energía Eléctrica de Corpoelec para el estado Miranda. El especialista indicó que este trabajo se realizará en conjunto con los respectivos consejos comunales.

“Se tiene planteado cambiar semanalmente el alumbrado público en cinco comunidades, por lo que se espera que, para finales de año, al menos 80% de los tayeros tengan luminarias modernas”, destacó el ingeniero. ■

Imagen 11. Le meterán el pecho al alumbrado

URDANETA

Tomada por la oscuridad está la calle de La Vega

KA/INTERPREN

Charallave. Arropados por la oscuridad se encuentran los vecinos de la calle Julián Carriás del sector La Vega de Cúa, municipio Urdaneta.

Vecinos denuncian que desde hace dos meses el tramo se encuentra completamente oscuro, luego de que un carro chocara con uno de los postes.

Carmen Vargas, vecina del sector comentó, que debido a la oscurana que reina en el lugar, son frecuentes los accidentes entre carros, amen a los arrollamientos de personas y animales.

“Hemos llamado e introducido cartas a Corpoelec y a Servicios Públicos de la alcaldía y hasta los momentos no nos han dado respuesta”, destacó la lugareña. ■

Imagen 12. Tomada por la oscuridad está la calle de La Vega

Mejoran alumbrado público en Urdaneta

La continuidad del programa de mejoras en el alumbrado público que realiza Corpoelec en las parroquias Cúa y Nueva Cúa del municipio Urdaneta, fue destacada por el alcalde de esa localidad Edicson Sarmiento.

Acompañado del Director de Servicios Públicos, Rómulo Liendo, el jefe del gobierno municipal indicó que la empresa de energía eléctrica está sustituyendo luminarias y fotocélulas, colocando separadores de tendidos eléctricos y realizando labores de poda y corta de árboles, en toda la jurisdicción.

Hasta la fecha los sectores beneficiados con es-

te plan de trabajo son: el mercado municipal y estacionamiento, terminal de pasajeros, calle principal del sector II de Salamanca, Calle Julián Caria sector Las Vegas, Las Palmas de Quebrada de Cúa, Barrio Nuevo de Nueva Cúa, calle Araguaney y Los Laureles de San Antonio, entre otros.

"Corpoelec suministra el material y apoyo del personal técnico de su empresa y nosotros la mano de obra", acotó el alcalde Sarmiento, agregando que para se inició la recuperación y el mantenimiento de las redes en la Urbanización de Lecumberry. /MIP-TUY



"Plan cayapa eléctrico" sigue dando luz en Urdaneta

Imagen 13. Mejoran alumbrado público en Urdaneta

Hoy arranca operativo

Corpoelec le cortará el servicio a los morosos

Desde este lunes 03 y hasta el 07 de octubre la empresa eléctrica CORPOELEC, zona Miranda, iniciará un operativo para informar a los usuarios del servicio su deuda y al mismo tiempo efectuará cortes del servicio a suscriptores que no estén al día.

El subcomisionado de la estatal eléctrica, Orestes Morao, destacó la importancia de que todos los usuarios cancelen a tiempo sus facturas por consumo eléctrico, como lo estipula la ley.

Asimismo, a quienes tengan una deuda muy alta, el funcionario los invitó a visitar la ofici-

Usuarios con dos facturas vencidas quedarán en la oscurana

na comercial más cercana a sus hogares, para que conozcan las formas de pago ofrecidas por CORPOELEC, así como los convenimientos de pago, abono y cancelación, utilizando la página web de la filial: www.cadafe.com.ve, donde pueden realizar su cancelación con tarjetas de crédito y o través de Banesco.

El subcomisionado indicó, que los sectores que serán abordados por los trabajadores y trabajado-

ras de CORPOELEC serán; en los municipios: Independencia: Casco Central y Dos Lagunas I, II y III; Cristóbal Rojas: Casco Central y zona Industrial Río Tuy; Urdaneta: Casco Central y Santa Rosa; Paz Castillo: Casco Central, El Rosario de Soapire y El Olivo; Tomás Lander: Casco Central, Casa de Tejas, residencias Parque Tuy y urbanización Pampero y Simón Bolívar: Casco Central, urbanización La Hacienda, urbanización El Jobito y El Paují. MIP-TUY

Imagen 14. Corpoelec le cortará el servicio a los morosos

CORPOELEC

Realizan jornadas para cambiar bombillos

Charallave. Para incentivar el uso eficiente de la energía eléctrica, Corpoelec adelanta actualmente una serie de jornadas socialistas en las comunidades tuyeras.

Cambio y canje de bombillos incandescentes por ahorradores, charlas y entrega de material informativo sobre el ahorro energético son algunas de las actividades que se realizan en las visitas, según informó Orestes Morao, subcomisionado para Distribución, Comercialización y Uso Racional y Eficiente de la Energía Eléctrica de Corpoelec.

“Hoy visitaremos las alcaldías de Charallave y Cúa. El jueves canjaremos bombillos en el Hospital de Ocumare, la Aldea de Yare y la escuela Ezequiel Zamora en Urdaneta. El viernes vamos a Jabillito, seguidamente a El Samán y Las Carolinas”, precisó. ■ INTERPREN

Imagen 15. Realizan jornadas para cambiar bombillos

CRISTÓBAL ROJAS | PUEDEN PASAR HASTA CINCO HORAS SIN EL SERVICIO

En La Estrella no ven luz con los apagones

Denunciaron que el transporte público funciona a media máquina

PATRICIA BRICEÑO R./INTERPREN
pbriceno@cadena-capriles.com

Charallave. Armados con velas y linternas viven los vecinos de la urbanización La Estrella, ubicada en Charallave, debido a los constantes apagones que se registran, mayormente en horas nocturnas.

Los vecinos coincidieron en afirmar, que al menos le suspenden el servicio eléctrico y sin previo aviso hasta tres veces por semana, y eso puede durar de 30 minutos a 5 horas.

La vocera del Consejo Comunal Anillos de Saturno, Mireya de Gámez, indicó que el problema tiene más de cuatro meses pero se ha acentuado en las últimas dos semanas.

“Cuando anuncian que habrá corte no lo aplican, siempre nos agarran desprevenidos y en la noche, la semana pasada hubo uno y los hampones aprovecharon para descargar sus armamentos porque hasta tiros se escucharon en la vía



La residencia está ubicada en Charallave. Interpren/Kimberly Bolívar principal”, comentó.

Elvis Vallenilla, vocero comunal detalló, que los constantes bajones y subidas de electricidad han ocasionado que se dañen los artefactos eléctricos.

“Vamos a denunciar a Indepabis y nadie sabe darnos respuestas; si llamamos a Corpoelec no contestan las llamadas o nos cae la grabadora, lo único que pedimos es un mejor servicio, aquí pagamos luz”, dijo.

A medias. Los lugareños también denunciaron que hace

más de 15 días cuadrillas de la Alcaldía de Cristóbal Rojas rasparon la vía que comunica la etapa I con Ciudad Miranda y Jabillito con la finalidad de asfaltar la carretera. “Nos alegramos porque pensamos que asfaltarían, pero dejaron el tramo a medio camino”.

Con respecto al transporte público señalaron que las líneas no cubren la ruta, en las horas pico los vecinos deben esperar hasta 30 minutos para llegar al casco central de Charallave. ■

Imagen 16. En La Estrella no ven luz con los apagones

Oscura está la avenida principal de “La Raisa”

Vecinos denunciaron que la falta de alumbrado público es aprovechada por los antisociales, quienes comenten sus fechorías a diestra y siniestra

Como una cueva de lobos está la avenida principal de la urbanización Vista del Manguito, la cual conduce a la comunidad de La Raisa en el municipio Paz Castillo, tanto transeúntes como conductores han denunciado que el lugar se ha vuelto muy inseguro.

Se aprovechan

Un vecino que no dio su nombre para resguardar su integridad física indicó que la oscurana es aprovechada por los antisociales, quienes comenten sus fechorías a diestra y siniestra.

Los conductores de transporte público son los más afectados al transitar por este tramo de casi un kilómetro, señalaron que constantemente son atacados.

Entre denuncias

Los profesionales del volante apuntaron que en la semana son víctimas de hasta cuatro robos, por lo que exigen a las autoridades de Paz Castillo, la restitución del alumbrado público y más patru-

llaje policial por la zona.

Bombillos quemados

“Los bombillos de la mayoría de los postes están quemados, después de las 6 de la tarde esto queda en total oscuridad, no podemos caminar por la zona, debido a la alta peligrosidad, el llamado es a que al alcalde Víctor Julio González y a Corpoelec para que tomen cartas en el asunto”, indicó la vecina Maritza Ramos

Colectivos se negaban

Agregó que hace aproximadamente dos meses los colectivos públicos de la línea Las Flores se negaban a transitar por la zona, en vista a los altos índices de delincuencia.

“Esperamos que rápidamente hagan algo por el bienestar de todos, este trayecto también es utilizado como picadero de carros, exigimos que tomen las acciones pertinentes”, finalizó la informante, quien afirmaba esperar que el llamado se escuche. MIP-TUY/MC

Imagen 17. Oscura está la avenida principal de “La Raisa”

A oscuras plaza del Estudiante

Habitantes de Ocumare del Tuy y conductores solicitan a Corpoelec reponer las bombillas del alumbrado público en la plaza de El Estudiante, la cual se encuentra totalmente a oscuras.

Luis Mejías, residente de la zona, indicó que esta penumbra facilita la incursión de todo tipo de delitos, desde el robo de vehículos hasta el atraco, considerando que esta plaza es transitada por un significativo número de residentes ocumareños, particularmente a

partir de las seis de la tarde, cuando regresan de sus centros de estudios o de labores.

Apuntó que aspira que este llamado público llegue a oídos de los directivos de la empresa eléctrica para que apliquen los correctivos cuanto antes.

Así como también pidió que realicen una inspección y normalicen el alumbrado público en distintas zonas de esta población que también se encuentran en penumbras. MIP-TUY

Imagen 18. A oscuras plaza del Estudiante

SIMÓN BOLÍVAR | EL TRABAJO ES EJECUTADO POR LA ALCALDÍA Y CORPOELEC

Mejoran alumbrado público en Yare

Las cuadrillas colocan fotocélulas y sustituyen bombillos

Charallave. La dirección de Servicios Públicos de la Alcaldía de Simón Bolívar, en conjunto con la empresa Corpoelec, hacen trabajos de mejoras del alumbrado público en diversos sectores de la localidad.

Maribel García, titular de esta dependencia, informó que el plan se efectuará en dos fases.

“La primera está destinada a co-

locación de fotocélulas, cajas de control, transformadores, condensadores y apagadores. Además de sustitución de bombillos y poda de árboles”, detalló a través de un comunicado de prensa.

Los trabajos se ejecutan en los sectores Pararrayos, entrada de La Aguada, entrada de San Francisco de Yare por el sector El Arbolito y La Esperanza, El Paují, 23 de Enero, Los Mollejones y La Pica, indicó.

También se han beneficiado los lugareños que hacen vida en los sectores Quebrada Seca, urbaniza-

ción La Hacienda, Las Torres y urbanización Ave María.

“La segunda fase del programa está destinada al aumento de la capacidad de energía, para evitar las fallas en el fluido eléctrico”, precisó la funcionaria.

A oscuras. Explicó que en la urbanización Ave María, ubicada en la carretera San Francisco-Ocumare, aún quedan algunas manzanas a oscuras, porque en las mismas hay que hacer sustituciones en el cableado y atender otros problemas a fondo. ■ INTERPREN

Imagen 19. Mejoran alumbrado público en Yare

Carretera La Raisa es una boca de lobo durante la noche

Transitar de noche por la carretera La Raisa de Santa Teresa se convirtió en un verdadero peligro, por la ausencia de alumbrado público en la zona. Alfonso Montilla, residente del municipio Independencia, destacó que después que cae la noche la arteria vial se convierte en una boca de lobo, lo que afecta la capacidad visual de los choferes para esquivar los huecos “que se adueñaron de esta importante carretera”. ■

Imagen 20. Carretera La Raisa es una boca de lobo durante la noche

Corpoelec realizó mejoras en el alumbrado de La Raisa

Corpoelec zona Miranda a través de su Cuadrilla de Desarrollo "Simón Bolívar", efectuó trabajos en pro de mejorar el suministro de energía eléctrica en la carretera La Raisa, cumpliendo con compromisos adquiridos en reuniones con las comunidades.

Así lo informó el subcomisionado Estatal para la Distribución, Comercialización y Uso Racional y Eficiente de la Energía (UREE) de Corpoelec Miranda, Orestes Morao Galdona, quien agregó que los trabajos incluyeron la instalación de

un transformador frente al Fogón de Doña Rosa, donado por la alcaldía del municipio Independencia.

Asimismo anunció la mejora del alumbrado público en el sector desde la estación de servicio de Tomoso hasta la entrada de Cartanal, alumbrado público desde Tomosito hasta el sector La Damatera y la recuperación del alumbrado público en Las Carolinas, donde se instaló un transformador que permitió el alumbrado de todo el sector y el alumbrado público en Vista Linda. MIP-TUY

Imagen 21. Corpoelec realizó mejoras en el alumbrado de La Raisa

Alcaldía y Corpoelec ejecutarán plan conjunto Inician reparación de alumbrado público en "Simón Bolívar"

La empresa eléctrica entregó a Servicios Públicos, 20 equipos M-400, 3 cajas de control y 300 bombillos ahorradores

Un plan conjunto para reparar los postes de alumbrado público en diversos sectores del municipio "Simón Bolívar", iniciarán en breve la alcaldía de esa localidad y Corpoelec.

Así lo informó Ramón Díaz, Director de Servicios Públicos del gobierno municipal, explicando que recientemente la empresa eléctrica entregó a esa dependencia 300 bombillos ahorradores M-18 para la recuperación del alumbrado público de las zonas rurales, 20 equipos M-400 con bombillos y transformadores y 3 cajas de control.

"Esta donación es en respuesta a las gestiones que ha realizado el alcalde Saúl Yáñez ante el Ing. Orestes Morao, Subcomisionado de Corpoelec, para atender las demandas de mejora del servicio en las comunidades", indicó el funcionario de la alcaldía yarense.

Agregó el Director de Servicios Públicos, que con este material se mejorará el sistema de alumbrado público en La Aguada, Puente Carrera, La Pica y Los Mollejones I, II, III y IV, entre otros sectores del municipio "Simón Bolívar".

Díaz agradeció públicamente el apoyo brindado tanto por el Ing. Morao, como por el Ingeniero Hermes Coronil, Gerente de Distribución y la Unidad de Racionamiento de Energía Eléctrica de Corpoelec. MIP-TUY / BM

Imagen 22. Inician reparación de alumbrado público en "Simón Bolívar"



Imagen 23. Falla eléctrica dejó sin energía a 4 municipios

TOMÁS LANDER I HABITANTES PIDEN CAMBIAR LUMINARIAS QUEMADAS

En la avenida Ribas los postes están de adorno

AIRAMY CARREÑO ESPEJO/INTERPREN
 acarreño@cadena-capriles.com

Charallave. Bajo una gran tensión caminan en horas nocturnas los vecinos de la avenida Ribas, casco central de Ocumare del Tuy, municipio Tomás Lander.

En la arteria vial, donde circulan numerosos vehículos

particulares y de transporte público, además de comerciantes, figuras públicas, estudiantes y transeúntes, no funcionan los bombillos de ningún poste, denunció la vecina Virginia González.

Manifestó que la avenida está en total oscuridad. La dirección de Servicios Públicos de

la Alcaldía de Lander y Corpoelec saben del problema, pero no mueven un dedo para sustituir los focos quemados.

"Pareciera que lo único que saben hacer los representantes de Corpoelec, ubicada en pleno centro, es cobrar la luz residencial e imponer hasta 200% de multas por consumo". ■

Imagen 24. En la avenida Ribas los postes están de adorno

Anexo C. Matrices de dominios léxicos

Fecha: 15/07/2011	Diario: La Voz	Página: 7
Título: Falla eléctrica generó retraso de 45 minutos en el ferrocarril		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • Usuarios desesperados abarrotan los andenes de Cúa y Charallave • Los usuarios permanecieron varados en los andenes [...] • [...] para poder abordar un tren y llegar a sus destinos, con retrasos, debido gran cantidad usuarios que se encontraban en los andenes • Vale destacar que varios vagones se quedaron paralizados en los túneles cuando se presentó la falla eléctrica que paralizó el sistema. • Las autoridades del IFE habilitaron nueve trenes para descongestionar las estaciones y así poder atender la demanda de los usuarios, quienes se mantuvieron impacientes en las tres estaciones del Tuy y la capital. • [...] luego de suscitarse un apagón en el sistema que alimenta el funcionamiento de los trenes, los cuales quedaron fuera de servicio. • Presentamos retrasos por fallas en el servicio eléctrico el personal operativo está trabajando en ello. • Falla eléctrica generó retraso de 45 minutos en el ferrocarril. • Una falla en la subestación de Santa Teresa que suministra energía eléctrica al ferrocarril Valles del Tuy-Carcas generó que el sistema estuviera fuera de servicio en la mañana de ayer, lo que ocasiono un retraso de 45 minutos. 	

Natural	<ul style="list-style-type: none"> Nosotros mantuvimos los trenes funcionando con nuestras plantas pero sólo por 20 minutos después todo colapsó.
Social	<ul style="list-style-type: none"> Usuarios desesperados abarrotan los andenes de Cúa y Charallave Algunos viajeros tuvieron que esperar hasta tres horas para abordar un vagón, mientras que el Instituto Ferrovionario del Estado venezolano habilitó 9 trenes para atender la demanda Los usuarios permanecieron varados en los andenes, algunos hasta por más de tres horas, mientras que las autoridades del Ife habilitaron varios trenes para atender la demanda. La interrupción se extendió por 45 minutos aproximadamente, según lo narró el usuario Juan Piñate [...] Muchos de los usuarios debieron esperar hasta las 10:30 de la mañana para poder abordar un tren y así llegar a sus destinos, con retraso, debido gran cantidad usuarios que se encontraban en los andenes. La mayor concentración de pasajeros se registró en las estaciones de Cúa y Charallave Norte. [...] comentó un trabajador del tren quien pidió dejar su nombre en reserva. Las autoridades del IFE habilitaron nueve trenes para descongestionar las estaciones y así poder atender la demanda de los usuarios [...] Presentamos retrasos por fallas en el servicio eléctrico el personal operativo está trabajando en ello. El IFE informó a los usuarios, a través de su cuenta en twitter @ifetren, la puesta en marca de tres trenes lanzadera de composición y seis trenes simples. Los usuarios del ferrocarril permanecieron en los andenes hasta media mañana

	<ul style="list-style-type: none"> • Llegaron tarde a sus trabajos • Una falla en la subestación de Santa Teresa que suministra energía eléctrica al ferrocarril Valles del Tuy-Carcas generó que el sistema estuviera fuera de servicio en la mañana de ayer, lo que ocasiono un retraso de 45 minutos. • La falta de fluido eléctrico, se debió a que la subestación que alimenta a ferrocarril quedó fuera de servicio. • Falla eléctrica generó retraso de 45 minutos en el ferrocarril • Vale destacar que varios vagones se quedaron paralizados en los túneles cuando se presentó la falla eléctrica que paralizó el sistema. • Presentamos retrasos por fallas en el servicio eléctrico el personal operativo está trabajando en ello. • La interrupción se extendió por 45 minutos aproximadamente, según lo narró el usuario Juan Piñate [...] • [...] luego de suscitarse un apagón en el sistema que alimenta el funcionamiento de los trenes, los cuales quedaron fuera de servicio. • Las autoridades del IFE habilitaron nueve trenes para descongestionar las estaciones [...] • A partir de esa hora se normalizó el servicio.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de fluido eléctrico, se debió a que la subestación que alimenta a ferrocarril quedó fuera de servicio. • Presentamos retrasos por fallas en el servicio eléctrico el personal operativo está trabajando en ello. • Una falla en la subestación de Santa Teresa que suministra energía eléctrica al ferrocarril Valles del Tuy-Caracas [...] • Es importante destacar que el ferrocarril recibe de la subestación ubicada en Santa Teresa, 13 mil voltios de energía los cuales son convertidos en 27.5 kva para su funcionamiento.

	<ul style="list-style-type: none"> • Falla eléctrica generó retraso de 45 minutos en el ferrocarril • Vale destacar que varios vagones se quedaron paralizados en los túneles cuando se presentó la falla eléctrica [...]
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • Falla eléctrica generó retraso de 45 minutos en el ferrocarril • Algunos viajeros tuvieron que esperar hasta tres horas para abordar un vagón, mientras que el Instituto Ferroviario del Estado venezolano habilitó 9 trenes para atender la demanda. • Una falla en la subestación de Santa Teresa que suministra energía eléctrica al ferrocarril Valles del Tuy-Carcas generó que el sistema estuviera fuera de servicio en la mañana de ayer, lo que ocasiono un retraso de 45 minutos. • Los usuarios permanecieron varados en los andenes, algunos hasta por más de tres horas, mientras que las autoridades del Ife habilitaron varios trenes para atender la demanda [...] • La falla, que afectó las estaciones Ezequiel Zamora de Cúa, Simón Bolívar y Francisco de Miranda (Charallave Norte y sur, respectivamente), se registró a eso a eso de las 6:15 a.m. [...] • La interrupción se extendió por 45 minutos aproximadamente, según lo narró el usuario Juan Piñate, quien debió esperar más de una hora para poder abordar uno de los trenes. • Muchos de los usuarios debieron esperar hasta las 10:30 de la mañana para poder abordar un tren y así llegar a sus destinos, con retraso, debido gran cantidad usuarios que se encontraban en los andenes. • A partir de esa hora se normalizó el servicio. • Nosotros mantuvimos los trenes funcionando con nuestras plantas pero sólo por 20 minutos después todo colapsó. • Presentamos retrasos por fallas en el servicio eléctrico el personal operativo está trabajando en ello. • Los usuarios del ferrocarril permanecieron en los andenes hasta

	<p>media mañana.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llegaron tarde a sus trabajos
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Una falla en la subestación de Santa Teresa que suministra energía eléctrica al ferrocarril Valles del Tuy-Carcas generó que el sistema estuviera fuera de servicio en la mañana de ayer • Es importante destacar que el ferrocarril recibe de la subestación ubicada en Santa Teresa [...] • [...] comentó un trabajador del tren quien pidió dejar su nombre en reserva. • Falla eléctrica generó retraso de 45 minutos en el ferrocarril

Cuadro 8. Dominios de origen léxico utilizados - Falla eléctrica generó retraso de 45 minutos en el ferrocarril

Fecha: 22/07/2011	Diario: La Voz	Página: 6
Título: Corpoelec Miranda en 1er. lugar de captación de usuarios		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • A través de la misión “Luz con Conciencia”, la empresa Corpoelec ha incrementado la captación de usuarios en la zona de Miranda [...] • Finalmente, Ceballos agradeció la colaboración de las comunidades para que esta misión “Luz con Conciencia” resultara exitosa e invitó a los pobladores, que aún no lo han hecho, a que se integren ‘para trabajar en conjunto y revertir esta labor, en un servicio óptimo y sin fallas en el suministro eléctrico’. • Según las estadísticas que lleva el equipo de la gerencia de captación dentro de la empresa socialista estatal, de 633 contratos realizados en el mes de enero se ha incrementado a mil 650 contratos, en junio. 	

Sentimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Finalmente, Ceballos agradeció la colaboración de las comunidades para que esta misión “Luz con Conciencia” [...]
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Corpoelec Miranda en 1er. lugar de captación de usuarios. • A través de la misión “Luz con Conciencia”, la empresa Corpoelec ha incrementado la captación de usuarios en la zona de Miranda [...] • Así lo expuso la subcomisionada de Comercialización y Distribución Marjoire Ceballos, quién además comentó que se trata de un logro que es de todos los trabajadores, quienes junto a las comunidades censaron y captaron a los usuarios no registrados. • ‘Esta es una iniciativa de la zona, que nos ha permitido cumplir y sobrepasar nuestras metas mensuales’, comentó la subcomisionada. • Finalmente, Ceballos agradeció la colaboración de las comunidades para que esta misión “Luz con Conciencia” resultara exitosa e invitó a los pobladores, que aún no lo han hecho, a que se integren ‘para trabajar en conjunto y revertir esta labor en un servicio óptimo y sin fallas en el suministro eléctrico’. • Según las estadísticas que lleva el equipo de la gerencia de captación dentro de la empresa socialista estatal, de 633 contratos realizados en el mes de enero, se ha incrementado a mil 650 contratos, en junio.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Así lo expuso la subcomisionada de Comercialización y Distribución Marjoire Ceballos [...] • [...] invitó a los pobladores, que aún no lo han hecho, a que se integren ‘para trabajar en conjunto y revertir esta labor en un servicio óptimo y sin fallas en el suministro eléctrico’.
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • ‘Esta es una iniciativa de la zona, que nos ha permitido cumplir

	<p>y sobrepasar nuestras metas mensuales', comentó la subcomisionada. Además agregó que de un quinto lugar a nivel nacional en este indicador lograron posicionarnos del primero, en los últimos dos meses.</p> <ul style="list-style-type: none"> • [...] de 633 contratos realizados en el mes de enero, se ha incrementado a mil 650 contratos, en junio.
--	---

Cuadro 9. Dominios de origen léxico utilizados - Corpoelec en 1er. lugar de captación de usuarios

Fecha: 29/07/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 13
Título: Corpoelec le paró a vecinos de Yare		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • Las denuncias formuladas contra el pésimo servicio eléctrico en las comunidades de la jurisdicción [...] • 'Cambiaron los trasformadores que originaron 16 apagones en un día, trabajaremos en conjunto para mejorar las irregularidades' [...] • [...] fueron atendidas ayer en una mesa de trabajo realizada en la sede del gobierno municipal. 	
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Corpoelec le paró a vecinos de Yare • Cuadrillas efectúan desmalezamiento y mantenimiento del tendido eléctrico • El clamor de los vecinos que residen en el municipio Simón Bolívar fue escuchado por las autoridades de Corpoelec de la subregión • Las denuncias formuladas contra el pésimo servicio eléctrico en las comunidades de la jurisdicción [...] • [...] fueron atendidas ayer en una mesa de trabajo realizada en la sede del gobierno municipal. • El concejal Pedro Flores indicó que ayer, después de las 12m, 	

	<p>cuadrillas realizaron desmalezamiento y mantenimiento del tendido eléctrico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ‘Cambiaron los transformadores que originaron 16 apagones en un día, trabajaremos en conjunto para mejorar las irregularidades’, dijo. • Ayer hubo una mesa de trabajo.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Simón Bolívar / En un día registraron 16 altas y bajas de tensión eléctrica en la jurisdicción • Cuadrillas efectúan desmalezamiento y mantenimiento del tendido eléctrico. • El concejal Pedro Flores indicó que ayer, después de las 12m, cuadrillas realizaron desmalezamiento y mantenimiento del tendido eléctrico • ‘Cambiaron los transformadores que originaron 16 apagones en un día, trabajaremos en conjunto para mejorar las irregularidades’ [...] • Las denuncias formuladas contra el pésimo servicio eléctrico en las comunidades de la jurisdicción [...]
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • Simón Bolívar / En un día registraron 16 altas y bajas de tensión eléctrica en la jurisdicción. • fueron atendidas ayer en una mesa de trabajo realizada en la sede del gobierno municipal. • El concejal Pedro Flores indicó que ayer, después de las 12m, cuadrillas realizaron desmalezamiento y mantenimiento del tendido eléctrico • Ayer hubo una mesa de trabajo

Cuadro 10. Dominios de origen léxico utilizados - Corpoelec le paró a vecinos de Yare

Fecha: 27/07/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 12
Título: En La Palmita manifestaron por falta de electricidad		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • La situación ha afectado a más de 200 familias del sector, así como a parte de los habitantes de las urbanizaciones Valle Verde y Araguaita I, ubicadas cerca del sector afectado. • El tránsito vehicular [...] fue cerrado por los afectados. • Los constantes aguaceros fueron los que provocaron la caída de los ‘tabacos’ • Se conoció que los portavoces de la empresa eléctrica se comprometieron a solventar la situación y restituir el servicio a los vecinos afectados en el corto plazo. • Según los vecinos, el apagón comenzó la madrugada del viernes, lo que colmó la paciencia por la falta de respuesta de los representantes de Corpoelec. 	
Social	<ul style="list-style-type: none"> • En La Palmita manifestaron por falta de electricidad. • Con piedras, ramas, palos, cauchos, residentes de la calle La Palmita del sector Corocito de Ocumare del Tuy [...] protestaron por falta de servicio eléctrico. • La manifestación comenzó cerca de la 1:10pm y culminó aproximadamente a las 4 pm cuando se apersonaron comisionados de la Corporación Eléctrica Nacional (Corpoelec). • La situación ha afectado a más de 200 familias del sector, así como a parte de los habitantes de las urbanizaciones Valle Verde y Araguaita I [...] • Según los vecinos, el apagón comenzó la madrugada del viernes, lo que colmó la paciencia por la falta de respuesta de los representantes de Corpoelec. • Por eso nos quedamos sin luz durante estos tres días’, revelaron los vecinos. 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Se conoció que los portavoces de la empresa eléctrica se comprometieron a solventar la situación y restituir el servicio a los vecinos afectados en el corto plazo.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • En La Palmita manifestaron por falta de electricidad. • [...] residentes de la calle La Palmita del sector Corocito de Ocumare del Tuy [...] protestaron por falta de servicio eléctrico • [...] Corporación Eléctrica Nacional (Corpoelec). • ‘Los constantes aguaceros fueron los que provocaron la caída de los ‘tabacos’ • Se conoció que los portavoces de la empresa eléctrica se comprometieron a solventar la situación [...]
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • La manifestación comenzó cerca de la 1:10pm y culminó aproximadamente a las 4 pm cuando se apersonaron comisionados de la Corporación Eléctrica Nacional (Corpoelec). • Según los vecinos, el apagón comenzó la madrugada del viernes, lo que colmó la paciencia por la falta de respuesta de los representantes de Corpoelec. • ‘Por eso nos quedamos sin luz durante estos tres días’ [...] • Se conoció que los portavoces de la empresa eléctrica se comprometieron a solventar la situación y restituir el servicio a los vecinos afectados en el corto plazo.

Cuadro 11. Dominios de origen léxico utilizados - En La Palmita manifestaron por falta de electricidad

Fecha: 15/08/2011	Diario: La Voz	Página: 7
Título: Suscriptores piden a Corpoelec informar sobre los cortes de luz		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • Pidió a los directivos de Corpoelec ser más conscientes pues están alterando el buen vivir de los residentes tuyeros. 	
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Suscriptores piden a Corpoelec informar sobre los cortes de luz 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Residentes tuyeros exigen campaña informativa • Usuarios denuncian que se les está averiando sus artefactos electrodomésticos y la compañía no responde a estos daños. • Las comunidades de los Valles del Tuy exigen a los directivos de Corpoelec, cronometrar las suspensiones de servicio de energía eléctrica e implementar una campaña informativa de los horarios de suspensión para tomar medida preventivas del caso, toda vez que se le están dañando sus artículos electrodomésticos y ninguna autoridad municipal o del gobierno nacional responde por estas averías. • Luis Rodríguez, residente del municipio Tomás Lander, señaló que sin previo aviso la compañía eléctrica suspende el servicio a cualquier hora, sin considerar los daños que ellos pueda ocasionar. • ‘[...] la mayoría de sus habitantes laboran en Caracas [...] sería pertinente conocer los horarios de suspensión del servicio, [...] pues la mayoría de los casos cuando se va a luz [...] amas de casa que laboran [...] aprovechan esas horas para realizar sus quehaceres domésticos’, dijo el informante. • Pidió a los directivos de Corpoelec ser más conscientes pues están alterando el buen vivir de los residentes tuyeros.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Usuarios denuncian que se les está averiando sus artefactos electrodomésticos y la compañía no responde a estos daños. • [...] toda vez que se le están dañando sus artículos electrodomésticos y ninguna autoridad municipal o del gobierno nacional responde por estas averías. • [...] pues la mayoría de los casos cuando se va a luz están encendidos aires acondicionados, televisores, lavadoras y planchas, pues las amas de casa que laboran [...] • Las comunidades de los Valles del Tuy exigen a los directivos de Corpoelec, cronometrar las suspensiones de servicio de energía

	<p>eléctrica [...]</p> <ul style="list-style-type: none"> [...] residente del municipio Tomás Lander, señaló que sin previo aviso la compañía eléctrica suspende el servicio [...]
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> [...] cronometrar las suspensiones de servicio de energía eléctrica e implementar una campaña informativa de los horarios [...] [...] sin previo aviso la compañía eléctrica suspende el servicio a cualquier hora, sin considerar los daños que ellos pueda ocasionar. ‘[...] vienen a dormir de noche, sería pertinente conocer los horarios de suspensión del servicio, [...] pues las amas de casa que laboran [...] aprovechan esas horas para realizar sus quehaceres domésticos’ [...].

Cuadro 12. Dominios de origen léxico utilizados - Suscriptores piden a Corpoelec informar sobre los cortes de luz

Fecha: 15/08/2011	Diario: La Voz	Página: 9
Título: Suspenderán servicio eléctrico a los morosos		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> Asimismo, quienes tengan una deuda muy alta, el funcionario, los invito a visitar la oficina comercial más cercana sus hogares, para que conozcan las formas de pago ofrecidas por Corpoelec [...] [...] ya que esto se revertirá en un suministro óptimo y de calidad; finalmente aprovechó la oportunidad para reiterar el llamado al uso eficiente del servicio. Al dar a conocer la información, el subcomisionado de la estatal eléctrica socialista [...] 	
Social	<ul style="list-style-type: none"> Suspenderán servicio eléctrico a los morosos Cortes del servicio a usuarios que no estén al día con la factura del servicio eléctrico, aplicará la empresa Corpoelec, desde el 15 al 19 de agosto, a la par que estará notificando la deuda a los 	

	<p>suscriptores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al dar a conocer la información, el subcomisionado de la estatal eléctrica socialista, Orestes Morao, explicó que es necesaria la cooperación para que cancelen sus facturas [...] • Dos facturas vencidas serán motivo de corte • Asimismo, quienes tengan una deuda muy alta, el funcionario, los invito a visitar la oficina comercial más cercana sus hogares, para que conozcan las formas de pago ofrecidas por Corpoelec así como o convenimientos de pago, abono o cancelación, utilizando la página web de nuestra filial: www.cadafe.com.ve, donde pueden realizar su cancelación con tarjetas de crédito y o través de el banco Banesco. • El subcomisionado indicó, que los sectores que serán abordados por los trabajadores serán [...] • Morao subrayó que todos los beneficiarios del servicio eléctrico tienen el deber de cancelar a tiempo su factura, ya que esto se revertirá en un suministro óptimo y de calidad; finalmente aprovechó la oportunidad para reiterar el llamado al uso eficiente del servicio.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Suspendarán servicio eléctrico a los morosos • Cortes del servicio a usuarios que no estén al día con la factura del servicio eléctrico [...] • Al dar a conocer la información, el subcomisionado de la estatal eléctrica socialista, Orestes Morao, explicó que es necesaria la cooperación para que cancelen sus facturas de suministro eléctrico, como lo estipula la ley. • [...] ya que esto se revertirá en un suministro óptimo y de calidad [...]

Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • [...] desde el 15 al 19 de agosto, a la par que estará notificando la deuda a los suscriptores. • [...] todos los beneficiarios del servicio eléctrico tienen el deber de cancelar a tiempo su factura [...]
----------	---

Cuadro 13. Dominios de origen léxico utilizados - Suspenderán servicio eléctrico a los morosos

Fecha: 24/08/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 12
Título: El alumbrado público en San Benito es pésimo		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • Armados con linternas y velas deben caminar los habitantes del sector [...] • [...] pues después de las 6pm la oscuridad se apodera de las calles, debido a la ausencia de luminarias en los postes de la comunidad. • ‘Trabajamos en Caracas y debemos salir de madrugada y regresar en la noche. En ocasiones tenemos miedo de transitar por esas calles tan oscuras [...] 	
Sentimientos	<ul style="list-style-type: none"> • ‘Trabajamos en Caracas y debemos salir de madrugada y regresar en la noche. En ocasiones tenemos miedo de transitar por esas calles tan oscuras [...] 	
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Armados con linternas y velas deben caminar los habitantes del sector [...] • Los residentes coincidieron en señalar que en el sector existen aproximadamente cincuenta postes [...] • ‘Trabajamos en Caracas y debemos salir de madrugada y regresar en la noche. En ocasiones tenemos miedo de transitar por esas calles tan oscuras, porque los peligros sobran’, dijo Génesis Gualdron, vecina del sector. 	

Tencológico	<ul style="list-style-type: none"> • [...] pues después de las 6pm la oscuridad se apodera de las calles, debido a la ausencia de luminarias en los postes de la comunidad. • Los residentes coincidieron en señalar que en el sector existen aproximadamente cincuenta postes, de los cuales sólo 10 están 100 por ciento operativos. • Armados con linternas y velas deben caminar los habitantes del sector [...]
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • [...] pues después de las 6pm la oscuridad se apodera de las calles, debido a la ausencia de luminarias en los postes de la comunidad. • ‘Trabajamos en Caracas y debemos salir de madrugada y regresar en la noche [...]

Cuadro 14. Dominios de origen léxico utilizados – El alumbrado público en San Benito es pésimo

Fecha: 04/08/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 11
Título: Con candela Nueva Cúa protestó apagón de 14 horas		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • Conductores que transitaban por la vía de los llanos se quedaron varados. • Para la señora, perder estas medicinas es terrible, pues debe desembolsar BsF 500 cada vez que va a la farmacia. • ‘El lunes pasamos casi toda la noche sin luz y algunos vecinos perdieron comida y electrodomésticos, pues cuando volvió la subida de corriente fue fuerte y repentina’, dijo. • ‘En mi casa tengo una venta de helados y con tanto tiempo sin luz todos se dañaron [...] • Con candela Nueva Cúa protestó apagón de 14 horas 	

	<ul style="list-style-type: none"> • [...] dado que los apagones han dañado los medicamentos que requieren refrigeración. • Paula Páez, residente del sector 1, apuntó que desde hace dos semanas se han presentado apagones a diferentes horas del día y en Corpoelec no dicen nada al respecto. • De inmediato, los vecinos levantaron la manifestación. • La familia Falcón no es la única afectada
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Conductores que transitaban por la vía de los llanos se quedaron varados. • Con candela Nueva Cúa protestó apagón de 14 horas • Corpoelec llegó a las 4 pm y la gente levantó la manifestación. • Con gasolina quemaron cauchos para trancar el paso. • [...] Vecinos de cinco sectores de la parroquia Nueva Cúa, tras pasar 14 horas sin servicio eléctrico [...] • A los conductores que se trasladaban por la vía para tomar la carretera de los llanos les tocó cambiar la ruta por Santa Teresa [...] • Minerlis Falcón, vecina del sector 4 de Madera, ha tenido que comprar en menos de dos semanas [...] • Para la señora, perder estas medicinas es terrible, pues debe desembolsar BsF 500 cada vez que va a la farmacia. • La familia Falcón no es la única afectada. Rodríguez del sector Viposa pasaron la noche en vela para evitar que el abuelo de la familia se quedara sin oxígeno [...] • Paula Páez, residente del sector 1, apuntó que desde hace dos semanas se han presentado apagones a diferentes horas del día y en Corpoelec no dicen nada al respecto. • ‘El lunes pasamos casi toda la noche sin luz y algunos vecinos perdieron comida y electrodomésticos, pues cuando volvió la subida de corriente fue fuerte y repentina’, dijo.

	<ul style="list-style-type: none"> • Páez señaló que las autoridades de Corpoelec deben acudir a la parroquia para que se sincere la instalación de los medidores y las personas puedan cancelar por el servicio. • A las 4pm, las cuadrillas de Corpoelec se presentaron al lugar y el servicio fue reestablecido. De inmediato, los vecinos levantaron la manifestación. • [...] De verdad no pensé que algo así pasaría. Lo peor es que nadie se responsabiliza por la situación’. • ‘No hay medidores en las casas, y por ende, hay muchos que no pagan el servicio. Deben sincerar la situación porque no tenemos información’. • ‘En mi casa tengo una venta de helados y con tanto tiempo sin luz todos se dañaron. Llamamos a Corpoelec para ver qué nos decían, pero nadie nos supo explicar’. • Paula Páez, residente del sector 1, apuntó que desde hace dos semanas se han presentado apagones a diferentes horas [...] • ‘Nosotros no estamos negados a pagar el servicio, pero deben hacer los contratos para que nos podamos poner al día’, exigió.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • ‘El lunes pasamos casi toda la noche sin luz y algunos vecinos perdieron comida y electrodomésticos, pues cuando volvió la subida de corriente fue fuerte y repentina’, dijo. • Páez señaló que las autoridades de Corpoelec deben acudir a la parroquia para que se sincere la instalación de los medidores y las personas puedan cancelar por el servicio. • ‘Con una subida de tensión se me quemó la nevera la noche del lunes... [...] • ‘No hay medidores en las casas, y por ende, hay muchos que no pagan el servicio. • [...] pues cuando volvió la subida de corriente fue fuerte y repentina’, dijo.

	<ul style="list-style-type: none"> • ‘Con una subida de tensión se me quemó la nevera la noche del lunes... [...] • [...] Vecinos de cinco sectores de la parroquia Nueva Cúa, tras pasar 14 horas sin servicio eléctrico, cerraron el paso con palos y cauchos y les metieron candela [...] • [...] dado que la bombona que debe usar por su delicado estado de salud no puede ser conectada por falta de electricidad.
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • Con candela Nueva Cúa protestó apagón de 14 horas • Corpoelec llegó a las 4 pm y la gente levantó la manifestación. • Una cola de más de dos kilómetros se formó en la carretera Nacional Cúa-San Casimiro desde las 11 am de ayer. Vecinos de cinco sectores de la parroquia Nueva Cúa, tras pasar 14 horas sin servicio eléctrico [...] • Minerlis Falcón, vecina del sector 4 de Madera, ha tenido que comprar en menos de dos semanas [...] • Paula Páez, residente del sector 1, apuntó que desde hace dos semanas se han presentado apagones a diferentes horas del día y en Corpoelec no dicen nada al respecto. • ‘El lunes pasamos casi toda la noche sin luz y algunos vecinos perdieron comida y electrodomésticos [...] • ‘Con una subida de tensión se me quemó la nevera la noche del lunes... De verdad no pensé que algo así pasaría. Lo peor es que nadie se responsabiliza por la situación’. • En mi casa tengo una venta de helados y con tanto tiempo sin luz todos se dañaron • A las 4pm, las cuadrillas de Corpoelec se presentaron al lugar y el servicio fue reestablecido [...]
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Con gasolina quemaron cauchos para trancar el paso. • Una cola de más de dos kilómetros se formó en la carretera Nacional Cúa-San Casimiro desde las 11 am de ayer. Vecinos de

	<p>cinco sectores de la parroquia Nueva Cúa, tras pasar 14 horas sin servicio eléctrico, cerraron el paso con palos y cauchos y les metieron candela, a la altura de la urbanización industrial El Deleite.</p> <ul style="list-style-type: none"> • A los conductores que se trasladaban por la vía para tomar la carretera de los llanos les tocó cambiar la ruta por Santa Teresa para empalmar con Altagracia de Orituco por la vía de Guatopo.
--	---

Cuadro 15. Dominios de origen léxico utilizados - Con candela Nueva Cúa protestó apagón de 14 horas

Fecha: 08/09/2011	Diario: La Voz	Página: 9
Título: Agradecen atención de Corpoelec Ocumare		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • Corpoelec realizó cambio de lámparas, balastos y condensadores, además de varias guayas del alumbrado que había sido hurtada recientemente. 	
Sentimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Agradecen atención de Corpoelec Ocumare. • Vecinos de la urbanización Ciudad Betania I de Ocumare del Tuy hicieron público su agradecimiento a los trabajadores de Corpoelec [...] 	
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Agradecen atención de Corpoelec Ocumare • Vecinos de la urbanización Ciudad Betania I de Ocumare del Tuy hicieron público su agradecimiento a los trabajadores de Corpoelec en Lander por la puesta en funcionamiento del servicio eléctrico en la entrada de este urbanismo. José Mendoza, lugareño de la zona, manifestó que el equipo de mantenimiento de Corpoelec realizó cambio de lámparas, balastos y condensadores, además de varias guayas del alumbrado que había sido hurtada recientemente. Mendoza 	

	resaltó la participación de los vecinos en estas mejoras .
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> [...] puesta en funcionamiento del servicio eléctrico en la entrada de este urbanismo. José Mendoza, lugareño de la zona, manifestó que el equipo de mantenimiento de Corpoelec realizó cambio de lámparas, balastos y condensadores, además de varias guayas del alumbrado que había sido hurtada recientemente. Mendoza resaltó la participación de los vecinos en estas mejoras.

**Cuadro 16. Dominios de origen léxico utilizados - Agradecen atención de Corpoelec
Ocumare**

Fecha: 19/09/2011	Diario: La Voz	Página: 9
Título: Corpoelec cambió 2 mil 199 bombillos ahorradores		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> Así lo informó el Subcomisionado para la Distribución, Comercialización y Uso Racional y Eficiente de la Energía Eléctrica (UREE) Así mismo felicitó al equipo de Gestión Social y de la unidad UREE (Uso Racional y Eficiente de la Energía Eléctrica), por haber efectuado este tipo de jornadas socialistas [...] 	
Social	<ul style="list-style-type: none"> Los días 9 y 10 de septiembre, Corpoelec efectuó tres jornadas socialistas, donde se canjearon 2 mil 199 bombillos ahorradores beneficiando a 306 usuarios, asimismo se logró la captación de 117 personas que o estaban en la data comercial de la empresa estatal. Así lo informó el Subcomisionado para la Distribución, Comercialización y Uso Racional y Eficiente de la Energía Eléctrica (UREE) Oreste Morao, quien además acotó, que en Miranda continúan impulsando el ahorro energético, para que los usuarios tengan conciencia sobre el ahorro de energía y 	

	<p>los beneficios que esto conlleva.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los operativos fueron efectuados en los sectores Morocopito, en Independencia, Ciudad Zamora en Urdaneta y “Ave María” en “Simón Bolívar”. • Orestes Morao indicó, que los Consejo Comunales interesados en que se efectúe este tipo de evento en su comunidad, pueden comunicarse con la Subcomisionaduría estatal de Corpoelec, para que se integren con la eléctrica estatal. • [...] por haber efectuado este tipo de jornadas socialistas y los incitó a seguir laborando de esta manera para beneficiar a todo el poder popular de la zona Miranda. • Los funcionarios de Corpoelec atendieron a los vecinos.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • [...] bombillos ahorradores beneficiando a 306 usuarios [...] • Corpoelec cambió 2 mil 199 bombillos ahorradores • Así lo informó el Subcomisionado para la Distribución, Comercialización y Uso Racional y Eficiente de la Energía Eléctrica (UREE) • [...] pueden comunicarse con la Subcomisionaduría estatal de Corpoelec, para que se integren con la eléctrica estatal. • Así mismo felicitó al equipo de Gestión Social y de la unidad UREE (Uso Racional y Eficiente de la Energía Eléctrica) [...]
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • Los días 9 y 10 de septiembre, Corpoelec efectuó tres jornadas socialistas [...]

Cuadro 17. Dominios de origen léxico utilizados - Corpoelec cambió 2 mil 199 bombillos ahorradores

Fecha: 13/09/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 16
Título: Le meterán el pecho al alumbrado		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • El especialista indicó que este trabajo se realizará en conjunto con los respectivos consejos comunales. • [...] Distribución y Uso Racional y Eficiente de la Energía Eléctrica [...] para finales de año, al menos 80% de los tuyeros tengan luminarias modernas”, destacó el ingeniero. 	
Natural	<ul style="list-style-type: none"> • Le meterán el pecho al alumbrado 	
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Corpoelec/ instalará lámparas con fotocélulas donde hay iluminación con luz directa • El especialista indicó que este trabajo se realizará en conjunto con los respectivos consejos comunales. • Se estima que semanalmente sustituirán luminarias en cinco comunidades • Desde la semana pasada Corpoelec implementa el cambio del alumbrado público de luminarias de luz directa a lámparas con fotocélulas. • Así lo dio a conocer el ingeniero Orestes Morao, subcomisionado de Comercialización, Distribución y Uso Racional y Eficiente de la Energía Eléctrica de Corpoelec para el estado Miranda. “Se tiene planteado cambiar semanalmente el alumbrado público en cinco comunidades, por lo que se espera que, para finales de año, al menos 80% de los tuyeros tengan luminarias modernas”, destacó el ingeniero. 	
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Le meterán el pecho al alumbrado • Corpoelec/ instalará lámparas con fotocélulas donde hay iluminación con luz directa • Se estima que semanalmente sustituirán luminarias en cinco comunidades 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Desde la semana pasada Corpoelec implementa el cambio del alumbrado público de luminarias de luz directa a lámparas con fotocélulas. • [...] Distribución y Uso Racional y Eficiente de la Energía Eléctrica [...] cambiar semanalmente el alumbrado público en cinco comunidades, por lo que se espera que, para finales de año, al menos 80% de los tuyeros tengan luminarias modernas”, destacó el ingeniero.
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • Se estima que semanalmente sustituirán luminarias en cinco comunidades • Desde la semana pasada Corpoelec implementa el cambio del alumbrado público de luminarias de luz directa a lámparas con fotocélulas. • “Se tiene planteado cambiar semanalmente el alumbrado público en cinco comunidades, por lo que se espera que, para finales de año, al menos 80% de los tuyeros tengan luminarias modernas”, destacó el ingeniero.

Cuadro 18. Dominios de origen léxico utilizados - Le meterán el pecho al alumbrado

Fecha: 20/09/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 11
Título: Tomada por la oscuridad está la calle de La Vega		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • Tomada por la oscuridad está la calle de La Vega • Arrojados por la oscuridad se encuentran los vecinos de la calle Julián Carías del sector La Vega de Cúa, municipio Urdaneta. • Vecinos denuncian que desde hace dos meses el tramo se encuentra completamente oscuro, luego de que un carro chocara con uno de los postes. • Carmen Vargas, vecina del sector comentó, que debido a la oscurana que reina en el lugar, son frecuentes los accidentes 	

	entre carros, amen a los arrollamientos de personas y animales.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Arrojados por la oscuridad se encuentran los vecinos de la calle Julián Carías del sector La Vega de Cúa, municipio Urdaneta. • “Hemos llamado e introducido cartas a Corpoelec y a Servicios Públicos de la alcaldía y hasta los momentos no nos han dado respuesta”, destacó la lugareña. • Vecinos denuncian que desde hace dos meses el tramo se encuentra completamente oscuro, luego de que un carro chocara con uno de los postes. • Carmen Vargas, vecina del sector comentó, que debido a la oscurana que reina en el lugar [...]
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Vecinos denuncian que desde hace dos meses el tramo se encuentra completamente oscuro, luego de que un carro chocara con uno de los postes.
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • “Hemos llamado e introducido cartas a Corpoelec y a Servicios Públicos de la alcaldía y hasta los momentos no nos han dado respuesta”, destacó la lugareña. • Vecinos denuncian que desde hace dos meses el tramo se encuentra completamente oscuro, luego de que un carro chocara con uno de los postes.
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • [...] luego de que un carro chocara con uno de los postes.

Cuadro 19. Dominios de origen léxico utilizados - Tomada por la oscuridad está la calle de La Vega

Fecha: 24/10/2011	Diario: La Voz	Página: 6
Título: Mejoran alumbrado público en Urdaneta		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • La continuidad del programa de mejoras en el alumbrado público que realiza Corpoelec en las parroquias Cúa y Nueva Cúa del 	

	<p>municipio Urdaneta, fue destacada por el alcalde de esa localidad Edicson Sarmiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejoran alumbrado público en Urdaneta. • La continuidad del programa de mejoras en el alumbrado público que realiza Corpoelec [...]
Natural	<ul style="list-style-type: none"> • [...] colocando separadores de tendidos eléctricos y realizando labores de poda y corta de árboles, en toda la jurisdicción.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoran alumbrado público en Urdaneta. • La continuidad del programa de mejoras en el alumbrado público que realiza Corpoelec [...] el alcalde de esa localidad Edicson Sarmiento. • Acompañado del director de servicios públicos, Rómulo Liendo, el jefe del gobierno municipal indicó que la empresa de energía eléctrica está sustituyendo sus luminarias y fotocélulas [...] • Hasta la fecha los sectores beneficiarios con este plan de trabajo [...] • “Corpoelec suministra el material y apoyo del personal técnico de su empresa y nosotros la mano de obra”, acotó el alcalde Sarmiento, agregando que para se inició la recuperación y el mantenimiento de las redes en la Urbanización de Lecumberry. • “Plan cayapa eléctrico” sigue dando luz en Urdaneta
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoran alumbrado público en Urdaneta. • [...] el jefe del gobierno municipal indicó que la empresa de energía eléctrica está sustituyendo sus luminarias y fotocélulas, colocando separadores de tendidos eléctricos y realizando labores de poda y corta de árboles [...] • [...] agregando que para se inició la recuperación y el mantenimiento de las redes en la Urbanización de Lecumberry.

	<ul style="list-style-type: none"> • “Plan cayapa eléctrico” sigue dando luz en Urdaneta
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • La continuidad del programa de mejoras en el alumbrado público que realiza Corpoelec [...] • Hasta la fecha los sectores beneficiarios con este plan de trabajo son [...]

Cuadro 20. Dominios de origen léxico utilizados - Mejoran alumbrado público en Urdaneta

Fecha: 03/10/2011	Diario: La Voz	Página: 9
Título: Corpoelec le cortará el servicio a los morosos		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • Usuarios con dos facturas vencidas quedarán en la oscurana. • [...] al mismo tiempo efectuará cortes del servicio a suscriptores que no estén al día. • Asimismo, a quienes tengan una deuda muy alta, el funcionario los invitó a visitar la oficina comercial más cercana a sus hogares [...] 	
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Hoy arranca operativo • Corpoelec le cortará el servicio a los morosos. • Usuarios con dos facturas vencidas quedarán en la oscurana. • Desde este lunes 03 y hasta el 07 de octubre la empresa eléctrica CORPOELEC, zona Miranda, iniciará un operativo para informar a los usuarios del servicio su deuda y al mismo tiempo efectuará cortes del servicio a suscriptores que no estén al día. • El subcomisionado de la estatal eléctrica, Orestes Morao, destacó la importancia de que todos los usuarios cancelen a tiempo sus facturas por consumo eléctrico, como lo estipula la ley. • Asimismo, a quienes tengan una deuda muy alta, el funcionario 	

	<p>los invitó a visitar la oficina comercial más cercana a sus hogares, para que conozcan las formas de pago ofrecidas por CORPOELEC, así como los convencimientos de pago, abono y cancelación, utilizando la página web de la filial: www.cadafe.com.ve, donde pueden realizar su cancelación con tarjetas de crédito y a través de Banesco.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El subcomisionado indicó, que los sectores que serán abordados por los trabajadores y trabajadoras de CORPOELEC [...]
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Desde este lunes 03 y hasta el 07 de octubre la empresa eléctrica CORPOELEC [...] • El subcomisionado de la estatal eléctrica, Orestes Morao, destacó la importancia de que todos los usuarios cancelen a tiempo sus facturas por consumo eléctrico, como lo estipula la ley.
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • Hoy arranca operativo • Desde este lunes 03 y hasta el 07 de octubre la empresa eléctrica CORPOELEC, zona Miranda, iniciará un operativo para informar a los usuarios del servicio su deuda y al mismo tiempo efectuará cortes del servicio a suscriptores que no estén al día. • El subcomisionado de la estatal eléctrica, Orestes Morao, destacó la importancia de que todos los usuarios cancelen a tiempo sus facturas por consumo eléctrico, como lo estipula la ley.

Cuadro 21. Dominios de origen léxico utilizados - Corpoelec le cortará el servicio a los morosos

Fecha: 11/10/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 11
Título: Realizan jornadas para cambiar bombillos		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • Para incentivar el uso eficiente de la energía eléctrica, Corpoelec adelanta actualmente una serie de jornadas socialistas en las comunidades tuyeras. • [...] Orestes Morao, subcomisionado para Distribución, Comercialización y Uso Racional y Eficiente de la Energía Eléctrica de Corpoelec. 	
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Realizan jornadas para cambiar bombillos • Para incentivar el uso eficiente de la energía eléctrica, Corpoelec adelanta actualmente una serie de jornadas socialistas en las comunidades tuyeras. • Cambio y canje de bombillos incandescentes por ahorradores, charlas y entrega de material informativo sobre el ahorro energético son algunas de las actividades que se realizan en las visitas, según informó Orestes Morao, subcomisionado para Distribución, Comercialización y Uso Racional y Eficiente de la Energía Eléctrica de Corpoelec. • “Hoy visitaremos las alcaldías de Charallave y Cúa. El jueves canjaremos bombillos en el Hospital de Ocumare, la Aldea de Yare y la escuela Ezequiel Zamora en Urdaneta. El viernes vamos a Jabillito, seguidamente a El Samán y La Carolinas”, precisó. 	
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Realizan jornadas para cambiar bombillos • Para incentivar el uso eficiente de la energía eléctrica, Corpoelec adelanta actualmente una serie de jornadas socialistas en las comunidades tuyeras. • Cambio y canje de bombillos incandescentes por ahorradores, charlas y entrega de material informativo sobre 	

	<p>el ahorro energético son algunas de las actividades que se realizan en las visitas, según informó Orestes Morao, subcomisionado para Distribución, Comercialización y Uso Racional y Eficiente de la Energía Eléctrica de Corpoelec.</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Hoy visitaremos las alcaldías de Charallave y Cúa. El jueves canjearemos bombillos en el Hospital de Ocumare [...]”
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • Para incentivar el uso eficiente de la energía eléctrica, Corpoelec adelanta actualmente una serie de jornadas socialistas en las comunidades tuyeras. • “Hoy visitaremos las alcaldías de Charallave y Cúa.

Cuadro 22. Dominios de origen léxico utilizados - Realizan jornadas para cambiar bombillos

Fecha: 18/10/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 14
Título: En La Estrella no ven luz con apagones		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • En La Estrella no ven luz con apagones • Armados con velas y linternas viven los vecinos de la urbanización La Estrella, ubicada en Charallave, debido a los constantes apagones que se registran, mayormente en horas nocturnas. • “[...] la semana pasada hubo uno y los hampones aprovecharon para descargar sus armamentos porque hasta tiros se escucharon en la vía principal”, comentó. • Elvis Vallenilla, vocero comunal detalló, que los constantes bajones y subidas de electricidad han ocasionado que se dañen los artefactos eléctricos. • “[...] lo único que pedimos es un mejor servicio, aquí pagamos luz”, dijo. 	
Sentimientos	<ul style="list-style-type: none"> • “Nos alegramos porque pensamos que asfaltarían pero dejaron 	

	el tramo a medio camino”.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Pueden pasar hasta cinco horas sin el servicio • Denunciaron que el transporte público funciona a media máquina. • Armados con velas y linternas viven los vecinos de la urbanización La Estrella, [...] • Los vecinos coincidieron en afirmar, que al menos le suspenden el servicio eléctrico y sin previo aviso hasta tres veces por semana, y eso puede durar de 30 minutos a 5 horas. • La vocera del Consejo Comunal Anillos de Saturno, Mireya de Gámez, indicó que el problema tiene más de cuatro meses pero se ha acentuado en las últimas dos semanas. • “Cuando anuncian que habrá corte no lo aplican, siempre nos agarran desprevenidos y en la noche, la semana pasada hubo uno y los hampones aprovecharon para descargar sus armamentos porque hasta tiros se escucharon en la vía principal”, comentó. • Elvis Vallenilla, vocero comunal detalló, que los constantes bajones y subidas de electricidad han ocasionado que se dañen los artefactos eléctricos. • “Vamos a denunciar a Indepabis y nadie sabe darnos respuestas; si llamamos a Corpoelec no contestan las llamadas o nos cae la grabadora, lo único que pedimos es un mejor servicio, aquí pagamos luz”, dijo. • Los lugareños también denunciaron que hace más de 15 días cuadrillas de la Alcaldía de Cristóbal Rojas rasparon la vía que comunica la etapa I con Ciudad Miranda y Jabillito con la finalidad de asfaltar la carretera. • Con respecto al transporte público señalaron que las líneas no cubren la ruta, en las horas pico los vecinos deben esperar hasta 30 minutos para llegar al casco central de Charallave.

Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Denunciaron que el transporte público funciona a media máquina. • Los vecinos coincidieron en afirmar, que al menos le suspenden el servicio eléctrico y sin previo aviso hasta tres veces por semana, y eso puede durar de 30 minutos a 5 horas. • Elvis Vallenilla, vocero comunal detalló, que los constantes bajones y subidas de electricidad han ocasionado que se dañen los artefactos eléctricos. • Armados con velas y linternas viven los vecinos de la urbanización La Estrella [...]
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • Pueden pasar hasta cinco horas sin el servicio • Armados con velas y linternas viven los vecinos de la urbanización La Estrella, ubicada en Charallave, debido a los constantes apagones que se registran, mayormente en horas nocturnas. • Los vecinos coincidieron en afirmar, que al menos le suspenden el servicio eléctrico y sin previo aviso hasta tres veces por semana, y eso puede durar de 30 minutos a 5 horas. • La vocera del Consejo Comunal Anillos de Saturno, Mireya de Gámez, indicó que el problema tiene más de cuatro meses pero se ha acentuado en las últimas dos semanas. • Los lugareños también denunciaron que hace más de 15 días cuadrillas de la Alcaldía de Cristóbal Rojas rasparon la vía que comunica la etapa I con Ciudad Miranda y Jabillito con la finalidad de asfaltar la carretera. • Con respecto al transporte público señalaron que las líneas no cubren la ruta, en las horas pico los vecinos deben esperar hasta 30 minutos para llegar al casco central de Charallave.
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Denunciaron que el transporte público funciona a media máquina.

	<ul style="list-style-type: none"> • [...] la semana pasada hubo uno y los hampones aprovecharon para descargar sus armamentos porque hasta tiros se escucharon en la vía principal”, comentó. • Los lugareños también denunciaron que hace más de 15 días cuadrillas de la Alcaldía de Cristóbal Rojas rasparon la vía que comunica la etapa I con Ciudad Miranda y Jabillito con la finalidad de asfaltar la carretera. “Nos alegramos porque pensamos que asfaltarían pero dejaron el tramo a medio camino”. • Con respecto al transporte público señalaron que las líneas no cubren la ruta, en las horas pico los vecinos deben esperar hasta 30 minutos para llegar al casco central de Charallave.
--	--

Cuadro 23. Dominios de origen léxico utilizados - En La Estrella no ven luz con apagones

Fecha: 21/11/2011	Diario: La Voz	Página: 43
Título: Oscura está la avenida principal de “La Raisa”		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • Oscura está la avenida principal de “La Raisa” • Vecinos denunciaron que la falta de alumbrado público es aprovechada por los antisociales, quienes comenten sus fechorías a diestras y siniestra. • Un vecino que no dio su nombre para resguardar su integridad física indicó que la oscurana es aprovechada por los antisociales, quienes comenten sus fechorías a diestra y siniestra. • Los conductores de transporte público son los más afectados al transitar por este tramo de casi un kilómetro, señalaron que constantemente son atracados. • “los bombillos de la mayoría de los postes están quemados, 	

	<p>después de las 6 de la tarde esto queda en la total oscuridad, no podemos caminar por la zona, debido a la alta peligrosidad [...]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agregó que hace aproximadamente dos meses los colectivos públicos de la línea Las Flores se negaban a transitar por la zona, en vista a los altos índices de delincuencia. • [...] han denunciado que el lugar se ha vuelto muy inseguro. • esperamos que rápidamente hagan algo por el bienestar de todos [...]
Natural	<ul style="list-style-type: none"> • Como una cueva de lobos está la avenida principal de la urbanización Vista del Manguito [...]
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Vecinos denunciaron que la falta de alumbrado público es aprovechada por los antisociales, quienes comenten sus fechorías a diestras y siniestra. • Un vecino que no dio su nombre para resguardar su integridad física indicó que la oscurana es aprovechada por los antisociales, quienes comenten sus fechorías a diestra y siniestra. • Entre denuncias. • Los profesionales del volante apuntaron que en la semana son víctima de hasta cuatro robos, por lo que exigen a las autoridades de Paz Castillo, la restitución del alumbrado público y más patrullaje policial por la zona. • tanto transeúntes como conductores han denunciado que el lugar se ha vuelto muy inseguro. • Los conductores de transporte público son los más afectados al transitar por este tramo de casi un kilometro, señalaron que constantemente son atracados. • “los bombillos de la mayoría de los postes están quemados, después de las 6 de la tarde esto queda en la total oscuridad,

	<p>no podemos caminar por la zona, debido a la alta peligrosidad, el llamado es a que el alcalde Víctor Julio González y a Corpoelec para que tomen cartas en el asunto”, indicó la vecina Maritza Ramos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • “esperamos que rápidamente hagan algo por el bienestar de todos, este trayecto también es utilizado como picadero de carros, exigimos que tomen las acciones pertinentes”, finalizó la informante, quien afirmaba esperar que el llamado se escuche.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Bombillos quemados. • “los bombillos de la mayoría de los postes están quemados, después de las 6 de la tarde esto queda en la total oscuridad [...]” • Vecinos denunciaron que la falta de alumbrado público es aprovechada por los antisociales, quienes comenten sus fechorías a diestras y siniestra. • [...] la restitución del alumbrado público y más patrullaje policial por la zona.
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • “los bombillos de la mayoría de los postes están quemados, después de las 6 de la tarde esto queda en la total oscuridad, no podemos caminar por la zona [...]” • Agregó que hace aproximadamente dos meses los colectivos públicos de la línea Las Flores se negaban a transitar por la zona, en vista a los altos índices de delincuencia.
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Oscura está la avenida principal de “La Raisa” • Como una cueva de lobos está la avenida principal de la urbanización Vista del Manguito [...] • Los conductores de transporte público son los más afectados al transitar por este tramo de casi un kilómetro, señalaron que constantemente son atacados.

	<ul style="list-style-type: none"> • Esperamos que rápidamente hagan algo por el bienestar de todos, este trayecto también es utilizado como picadero de carros, exigimos que tomen las acciones pertinentes”, finalizó la informante, quien afirmaba esperar que el llamado se escuche.
--	---

Cuadro 24. Dominios de origen léxico utilizados - Oscura está la avenida principal de “La Raisa”

Fecha: 22/11/2011	Diario: La Voz	Página: 7
Título: A oscuras plaza del estudiante		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • A oscuras plaza del estudiante • Habitantes de Ocumare del Tuy y conductores solicitan a Corpoelec reponer las bombillas del alumbrado público en la plaza de El Estudiante, la cual se encuentra totalmente a oscuras. • Así como también pidió que realicen una inspección y normalicen el alumbrado público en distintas zonas de la población que también se encuentran en penumbras. • Luis Mejías, residente de la zona, indicó que esta penumbra facilita la incursión de todo tipo de delitos, desde el robo de vehículos hasta el atraco 	
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Habitantes de Ocumare del Tuy y conductores solicitan a Corpoelec reponer las bombillas del alumbrado público en la plaza de El Estudiante, la cual se encuentra totalmente a oscuras • Luis Mejías, residente de la zona,[...] que esta plaza es transitada por un significativo número de residentes ocumareños, particularmente a partir de las seis de la tarde, cuando regresan de sus centros de estudio o laborales. • Apuntó que aspira que este llamado público llegue a oídos de los directivos de la empresa eléctrica para que apliquen los 	

	<p>correctivos cuanto antes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Así como también pidió que realicen una inspección y normalicen el alumbrado público en distintas zonas de la población que también se encuentran en penumbras.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Apuntó que aspira que este llamado público llegue a oídos de los directivos de la empresa eléctrica para que apliquen los correctivos cuanto antes. • Así como también pidió que realicen una inspección y normalicen el alumbrado público en distintas zonas de la población que también se encuentran en penumbras.
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • [...] particularmente a partir de las seis de la tarde, cuando regresan de sus centros de estudio o laborales.

Cuadro 25. Dominios de origen léxico utilizados - A oscuras plaza del estudiante

Fecha: 01/11/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 13
Título: Mejoran alumbrado público en Yare		
Dominio	Texto	

Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • A oscuras. Explicó que en la urbanización Ave María, ubicada en la carretera San Francisco – Ocumare, aún quedan algunas manzanas oscuras, porque en las mismas hay que hacer sustituciones en el cableado y atender otros problemas a fondo. • Mejoran alumbrado público en Yare • [...] hacen trabajos de mejoras
------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • La dirección de Servicios Públicos de la Alcaldía de Simón Bolívar, en conjunto con la empresa Corpoelec, hacen trabajos de mejoras del alumbrado público en diversos sectores de la localidad. • Maribel García, titular de esta independencia, informó que el plan se efectuará en dos fases. • “La primera está destinada a colocación de fotocélulas, cajas de control, transformadores, condensadores y apagadores. Además de sustitución de bombillos y poda de árboles”, detalló a través de un comunicado de prensa. • Los trabajos se ejecutan en los sectores [...] • [...] en las mismas hay que hacer sustituciones en el cableado y atender otros problemas a fondo. • También se han beneficiado los lugareños que hacen vida en los sectores Quebrado Seca, urbanización La Hacienda, Las Torres y urbanización Ave María. • “La segunda fase del programa está destinada al aumento de la capacidad de energía, para evitar las fallas en el fluido eléctrico”, precisó la funcionaria
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Las cuadrillas colocan fotocélulas y sustituyen bombillos • Mejoran alumbrado público en Yare • “La primera está destinada a colocación de fotocélulas, cajas de control, transformadores, condensadores y apagadores. Además de sustitución de bombillos y poda de árboles”, detalló a través de un comunicado de prensa. • [...] hacen trabajos de mejoras del alumbrado público en diversos sectores de la localidad. • [...] en las mismas hay que hacer sustituciones en el cableado y atender otros problemas a fondo. • “La segunda fase del programa está destinada al aumento de la

	capacidad de energía , para evitar las fallas en el fluido eléctrico ”, precisó la funcionaria
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • “La segunda fase del programa está destinada al aumento de la capacidad de energía, para evitar las fallas en el fluido eléctrico”, precisó la funcionaria

Cuadro 26. Dominios de origen léxico utilizados - Mejoran alumbrado público en Yare

Fecha: 08/11/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 16
Título: Carretera La Raisa es una boca de lobo durante la noche		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • Transitar de noche por la carretera La Raisa de Santa Teresa se convirtió en un verdadero peligro [...] • [...] lo que afecta la capacidad visual de los choferes para esquivar los huecos “que se adueñaron de esta importante carretera”. 	
Natural	<ul style="list-style-type: none"> • Carretera La Raisa es una boca de lobo durante la noche • [...] destacó que después que cae la noche la arteria vial se convierte en una boca de lobo, lo que afecta la capacidad visual de los choferes [...] 	
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Transitar de noche por la carretera La Raisa de Santa Teresa se convirtió en un verdadero peligro, por la ausencia de alumbrado público en la zona. Alfonso Montilla, residente del municipio Independencia, destacó que después que cae la noche la arteria vial se convierte en una boca de lobo, lo que afecta la capacidad visual de los choferes para esquivar los huecos [...] 	
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • [...] por la ausencia de alumbrado público en la zona. Alfonso Montilla,[...] lo que afecta la capacidad visual de los choferes para esquivar los huecos “que se adueñaron de esta importante carretera”. 	

Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • Carretera La Raisa es una boca de lobo durante la noche • Transitar de noche por la carretera La Raisa de Santa Teresa se convirtió en un verdadero peligro, por la ausencia de alumbrado público en la zona. Alfonso Montilla, residente del municipio Independencia, destacó que después que cae la noche la arteria vial se convierte en una boca de lobo [...]
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Carretera La Raisa es una boca de lobo durante la noche • Transitar de noche por la carretera La Raisa de Santa Teresa se convirtió en un verdadero peligro [...] • [...] después que cae la noche la arteria vial se convierte en una boca de lobo, lo que afecta la capacidad visual de los choferes para esquivar los huecos “que se adueñaron de esta importante carretera”.

Cuadro 27. Dominios de origen léxico utilizados - Carretera La Raisa es una boca de lobo durante la noche

Fecha: 29/12/2011	Diario: La Voz	Página: 7
Título: Corpoelec realizó mejoras en el alumbrado público de La Raisa		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • Corpoelec realizó mejoras en el alumbrado público de La Raisa • [...] efectuó trabajos en pro de mejorar el suministro de energía eléctrica en la carretera La Raisa, cumpliendo con compromisos adquiridos en reuniones con las comunidades. • [...] Uso Racional y Eficiente de la Energía [...] • Asimismo anuncio la mejora del alumbrado público en el sector desde la estación de servicio de Tomuso [...] 	
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Corpoelec realizó mejoras en el alumbrado público de La Raisa • Corpoelec zona Miranda a través de su cuadrilla de Desarrollo “Simón Bolívar”, efectuó trabajos [...] la carretera La Raisa, 	

	<p>cumpliendo con compromisos adquiridos en reuniones con las comunidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Así lo informó el subcomisionado estatal para la Distribución, Comercialización y [...] (UREE) de Corpoelec Miranda, [...], quien agregó que los trabajos incluyeron la instalación de un transformador frente al Fongón de Doña Rosa, donado por la Alcaldía del Municipio Independencia. • Asimismo anuncio la mejora del alumbrado público en el sector desde la estación de servicio de Tomuso hasta la entrada de Cartanal, alumbrado público desde Tomusito hasta el sector La Damatera y la recuperación del alumbrado público en Las Carolinas, donde se instaló un transformador que permitió el alumbrado de todo el sector y el alumbrado público en Vista Linda.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Corpoelec realizó mejoras en el alumbrado público de La Raisa • Corpoelec zona Miranda a través de su cuadrilla de Desarrollo “Simón Bolívar”, efectuó trabajos en pro de mejorar el suministro de energía eléctrica en la carretera La Raisa, cumpliendo con compromisos adquiridos en reuniones con las comunidades. • Así lo informó el subcomisionado estatal para la Distribución, Comercialización y Uso Racional y Eficiente de la Energía (UREE) de Corpoelec Miranda, Orestes Morao Galdona, quien agregó que los trabajos incluyeron la instalación de un transformador frente al Fongón de Doña Rosa, donado por la Alcaldía del Municipio Independencia. • Asimismo anuncio la mejora del alumbrado público en el sector desde la estación de servicio de Tomuso hasta la entrada de Cartanal, alumbrado público desde Tomusito hasta el sector

	La Damatera y la recuperación del alumbrado público en Las Carolinas, donde se instaló un transformador que permitió el alumbrado de todo el sector y el alumbrado público en Vista Linda.
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Corpoelec zona Miranda a través de su cuadrilla de Desarrollo “Simón Bolívar”, efectuó trabajos en pro de mejorar el suministro de energía eléctrica en la carretera La Raisa [...]

Cuadro 28. Dominios de origen léxico utilizados - Corpoelec realizó mejoras en el alumbrado público de La Raisa

Fecha: 28/12/2011	Diario: La Voz	Página: 6
Título: Inician reparación de alumbrado público en “Simón Bolívar”		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • Un plan conjunto para reparar los postes de alumbrado público en diversos sectores del municipio “Simón Bolívar”, iniciarán en breve la alcaldía de esa localidad y Corpoelec. • Así lo informó Ramón Díaz, director de Servicios Públicos del gobierno municipal, explicando que recientemente la empresa eléctrica [...] • Díaz agradeció públicamente el apoyo brindado tanto por el Ing. Morao, como por el Ingeniero Hermes Coronil, [...] • [...] Subcomisionado de Corpoelec, para atender las demandas de mejoras del servicio a las comunidades”. • Agregó el Director de Servicios Públicos, que con este material se mejorará el sistema de alumbrado público [...] 	
Sentimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Díaz agradeció públicamente el apoyo brindado [...] 	
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Inician reparación de alumbrado público en “Simón Bolívar” • Alcaldía y Corpoelec ejecutaron plan conjunto • La empresa eléctrica entregó a Servicios Públicos, 20 equipos M-400, cajas de control, 300 bombillos ahorradores 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Un plan conjunto para reparar los postes de alumbrado público en diversos sectores del municipio “Simón Bolívar”, iniciarán en breve la alcaldía de esa localidad y Corpoelec. • Así lo informó Ramón Díaz, director de Servicios Públicos del gobierno municipal, explicando que recientemente la empresa eléctrica entregó a esa dependencia, 300 bombillos ahorradores M-18 para la recuperación de alumbrado público [...] • “Esta donación es en respuesta a la gestión que ha realizado el alcalde Saúl Yánez ante el Ing. Orestes Morao, Subcomisionado de Corpoelec, para atender las demandas de mejoras del servicio a las comunidades”, indico funcionario de la alcaldía yarense. • Agregó el Director de Servicios Públicos, que con este material se mejorará el sistema de alumbrado público [...] • Díaz agradeció públicamente el apoyo brindado tanto por el Ing. Morao, como por el Ingeniero Hermes Coronil, Gerente de Distribución [...]
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Inician reparación de alumbrado público en “Simón Bolívar” • La empresa eléctrica entregó a Servicios Públicos, 20 equipos M-400, cajas de control, 300 bombillos ahorradores • Un plan conjunto para reparar los postes de alumbrado público en diversos sectores del municipio [...] • Agregó el Director de Servicios Públicos, que con este material se mejorará el sistema de alumbrado público [...] • Un plan conjunto para reparar los postes de alumbrado público en diversos sectores del municipio “Simón Bolívar”, iniciarán en breve la alcaldía de esa localidad y Corpoelec. • Así lo informó Ramón Díaz, director de Servicios Públicos del gobierno municipal, explicando que recientemente la empresa eléctrica entregó a esa dependencia, 300 bombillos ahorradores M-18 para la recuperación de alumbrado público de las zonas

	<p>rurales, 20 equipos M-400 con bombillos y transformadores, y 3 cajas de control.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Díaz agradeció públicamente el apoyo brindado tanto por el Ing. Morao, como por el Ingeniero Hermes Coronil, Gerente de Distribución, y la Unidad Racionamiento de Energía Eléctrica de Corpoelec
--	---

Cuadro 29. Dominios de origen léxico utilizados - Inician reparación de alumbrado público en “Simón Bolívar”

Fecha: 09/12/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 16
Título: Falla eléctrica dejó sin energía a 4 municipios		
Dominio	Texto	
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Entre 6 am y 10 am de hoy habrá cortes programados • Falla eléctrica dejó sin energía a 4 municipios • Un falla en la subestación eléctrica Losada, en el sector El Palmar del Municipio Independencia, dejó sin servicio eléctrico a varios sectores de los municipios Tomás Lander, Urdaneta, Cristóbal Rojas y Simón Bolívar la tarde de ayer. • La avería se registró a las 3:10pm; el sistema se restableció a las 3:40 pm, luego de que las cuadrillas de Corpoelec detectaran el problema. • Cortes. Corpoelec informó que hoy se aplicará un mantenimiento correctivo de emergencia en Cristóbal Rojas durante cuatro horas. • La gerencia informó, mediante un boletín de prensa, que ejecutarán la labor “en algunas líneas”. • Los sectores que quedaran sin servicio, desde las 6 am hasta las 10 am son la avenida Bolívar desde la Flecha de Copey hasta la calle 13, avenida Tosta García [...] 	
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Un falla en la subestación eléctrica Losada, en el sector El Palmar del Municipio Independencia, dejó sin servicio eléctrico a 	

	<p>varios sectores de los municipios Tomás Lander, Urdaneta [...]</p> <ul style="list-style-type: none"> • La gerencia informó, mediante un boletín de prensa, que ejecutarán la labor “en algunas líneas”. • Falla eléctrica dejó sin energía a 4 municipios
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • Entre 6 am y 10 am de hoy habrá cortes programados • Un falla en la subestación eléctrica Losada, en el sector El Palmar del Municipio Independencia, dejó sin servicio eléctrico a varios sectores de los municipios Tomás Lander, Urdaneta, Cristobal Rojas y Simón Bolívar la tarde de ayer. • La avería se registró a las 3:10pm; el sistema se restableció a las 3:40 pm[...] • Los sectores que quedaran sin servicio, desde las 6 am hasta las 10 am son la avenida Bolívar desde la Flecha de Copey [...]

Cuadro 30. Dominios de origen léxico utilizados - Falla eléctrica dejó sin energía a 4 municipios

Fecha: 02/12/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 14
Título: En la avenida Ribas los postes están de adorno		
Dominio	Texto	
Valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo una gran tensión caminan en horas nocturnas los vecinos de la avenida Ribas [...] • Manifestó que la avenida está en total oscuridad. • En la avenida Ribas los postes están de adorno. 	
Natural	<ul style="list-style-type: none"> • En la arteria vial, donde circulan numerosos vehículos particulares y de transporte publico, además de comerciantes [...] • [...] pero no mueven un dedo [...] 	
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Habitantes piden cambiar luminarias quemadas. • Bajo una gran tensión caminan en horas nocturnas los vecinos de la avenida Ribas [...] • En la arteria vial, donde circulan numerosos vehículos particulares 	

	<p>y de transporte publico, además de comerciantes, figuras públicas, estudiantes y transeúntes, no funcionan los bombillos de ningún poste, denunció la vecina Virginia González.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manifestó que la avenida está en total oscuridad. La dirección de Servicios Públicos de la alcaldía de Lander y Corpoelec saben del problema, pero no mueven un dedo para sustituir los focos quemados. • “Pareciera que lo único que saben hacer los representantes de Corpoelec, ubicada en pleno centro, es cobrar la luz residencial e imponer hasta 200% de multas por consumo”.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Habitantes piden cambiar luminarias quemadas. • En la avenida Ribas los postes están de adorno. • [...] no funcionan los bombillos de ningún poste, denunció la vecina Virginia González. • [...] pero no mueven un dedo para sustituir los focos quemados. • Bajo una gran tensión caminan en horas nocturnas los vecinos de la avenida Ribas
Temporal	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo una gran tensión caminan en horas nocturnas los vecinos de la avenida Ribas [...]
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • En la arteria vial, donde circulan numerosos vehículos particulares y de transporte publico, además de comerciantes [...]

Cuadro 31. Dominios de origen léxico utilizados - En la avenida Ribas los postes están de adorno

Anexos D. Matrices de campos léxicos semánticos

Fecha: 15/07/2011	Diario: La Voz	Página: 7
Título: Falla eléctrica generó retraso de 45 minutos en el ferrocarril		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Iluminación	Apagón (1)
	Avance	Paralizados (1), varados (1)
	Animo	Desesperados (1), impacientes (1)
	Magnitud	Gran (1)
	Temporalidad	Retraso (2), retrasos (1)
Natural	Vegetación	Plantas (1)
Social	Usuarios	Usuarios (7), usuario (1), viajeros (1), pasajeros (1)
	Comunicación	Twitter (1), informó (1), narró (1), comentó (1)
	Solicitud	Demanda (3), pidió (1)
	Laboral	Trabajos (1), trabajador (1), personal (1), trabajando (1)
	Autoridades	Autoridades (1)
	Territorial	Estado (1)
	Servicios	Fallas (1), falla (2), interrupción (1), servicio (3), fuera de servicio (2), servicio (1)
Tecnológico	Electricidad	Subestación (3), voltios (1), kva (1), energía (2) eléctrica (3), eléctrico (4), fluido (1), suministra (2)
Temporal	Duración	45 minutos (3), tres horas (2), 20 minuto (1), media mañana (1), una hora (1)
	Hora	6:15 a.m. (1), 10:30 de la mañana (1),

		hora (1),
	Pasado	Mañana de ayer (1), tarde (1)
	Prórroga	Esperar (3)
Transporte	Ferrovionario	Ferrocarril (3), tren (1)

Cuadro 32. Levantamiento de campos léxicos - Falla eléctrica generó retraso de 45 minutos en el ferrocarril

Fecha: 22/07/2011	Diario: La Voz	Página: 6
Título: Corpoelec Miranda en 1er. lugar de captación de usuarios		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Óptimo (1), exitosa (1), incrementado (2)
	Alcance	Realizados (1)
	Ideológico	Socialista (1)
Sentimientos	Gratitud	Agradeció (1)
Social	Usuarios	Usuarios (3), pobladores (1)
	Comunicación	Comentó (2), expuso (1)
	Conocimiento	Conciencia (2)
	Atención	Revertir (1)
	Laboral	Trabajadores (1), trabajar (1), labor (1)
	Representantes	Subcomisionada (2)
	Territorial	Miranda (1), estatal (1)
	Institucional	Empresa (2)
	Comercialización	Captación (3), contratos (2), captaron (1)
Servicios	Servicio (1), sin fallas (1), luz (2)	

Tecnológico	Eléctrico	Suministro (1), eléctrico (1)
Temporal	Duración	Dos meses (1)
	Meses	Mensuales (1), enero (1), junio (1)

Cuadro 33. Levantamiento de campos léxicos - Corpoelec Miranda en 1er. lugar de captación de usuarios

Fecha: 29/07/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 13
Título: Corpoelec le paró a vecinos de Yare		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Pésimo (1), irregularidades (1), mejorar (1)
	Iluminación	Apagones (1)
	Alcance	Realizada (1)
Social	Usuarios	Vecinos (2)
	Comunicación	Dijo (1), escuchado (1)
	Solicitud	Denuncias (1), clamor (1)
	Atención	Paró (1), desmalezamiento (2), mantenimiento (2), atendidas (2), cambiaron (1)
	Laboral	Cuadrillas (2), trabajo (2), trabajaremos (1)
	Autoridades	Gobierno municipal (1), autoridades (1), concejal (1)
	Servicio	Servicio (1),
Tecnológico	Electricidad	Tensión (1) eléctrica (1), tendido (1) eléctrico (3), transformadores (1), altas (1), bajas (1)
Temporal	Duración	Un día (1)
	Pasado	Ayer (3),

	Futuro	después de la 12 m (1)
--	--------	------------------------

Cuadro 34. Levantamiento de campos léxicos - Corpoelec le paró a vecinos de Yare

Fecha: 27/07/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 12
Título: En La Palmita manifestaron por falta de electricidad		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Solventar (1)
	Iluminación	Apagón (1)
	Avance	Cerrado (1), caída (1)
	Influencia	Afectado (2), afectados (2)
	Magnitud	Corto (1)
	Temporalidad	Constante (1)
Social	Usuarios	Residentes (1), familias (1), habitantes (1), vecinos (3)
	Comunicación	Respuesta (1)
	Conocimiento	Conoció (1)
	Solicitud	Manifestaron (1), protestaron (1), manifestación (1)
	Atención	Restituir (1)
	Autoridades	Representantes (1), comisionados (1), portavoces (1)
	Territorial	Nacional (1)
	Institucional	Corporación (1) empresa (1)
	Servicio	Servicio (2), sin luz (1), falta (2)
Tecnológico	Electricidad	Eléctrica (2), tabacos (1), electricidad (1), eléctrico (1)
Temporal	Duración	Tres días (1)
	Hora	1:10pm (1), 4 pm (1), madrugada (1)
	Prorroga	Plazo (1)
	Días	Viernes (1)

Cuadro 35. Levantamiento de campos léxicos - En La Palmita manifestaron por falta de electricidad

Fecha: 15/08/2011	Diario: La Voz	Página: 7
Título: Suscriptores piden a Corpoelec informar sobre los cortes de luz		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Buen vivir (1)
	Responsabilidad	Conscientes (1)
Social	Usuarios	Suscriptores (1), residentes (2), usuarios (1), residente (1), habitantes (1), amas de casa (1)
	Espacial	Tuyeros (2)
	Comunicación	Informar (1), campaña informativa (2), no responde (1), responde (1), aviso (1), informante (1)
	Conocimiento	Conocer (1)
	Solicitud	Piden (1), exigen (2), denuncian (1), pidió (1)
	Atención	Implementar (1)
	Laboral	Laboran (2)
	Autoridades	Directivos (2), autoridad municipal (1), gobierno nacional (1)
	Institucional	Compañía (2)
	Servicios	Luz (2), servicio (3), suspensiones (1), suspensión (2), cortes (1)
Tecnológico	Electricidad	Energía (1) eléctrica (2)
	Hogar	Electrodomésticos (2), aires acondicionados (1), lavadoras (1), televisores (1), planchas (1)
Temporal	Duración	Cronometrar (1)

	Horas	Horarios (2), cualquier hora (1), hora (1), noche (1)
--	-------	---

Cuadro 36. Levantamiento de campos léxicos - Suscriptores piden a Corpoelec informar sobre los cortes de luz

Fecha: 15/08/2011	Diario: La Voz	Página: 9
Título: Suspendarán servicio eléctrico a los morosos		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Óptimo (1), calidad (1), eficiente (1)
	Ideológico	Socialista (1)
	Magnitud	Muy (1) alta (1)
Social	Usuarios	Morosos (1), usuarios (1), suscriptores (1), beneficiarios (1)
	Comunicación	Notificando (1), información (1), página web (1), llamado (1).
	Conocimiento	Conocer (1), conozcan (1)
	Solicitud	Necesaria (1)
	Atención	Ofrecidas (1), abordados (1), revertirá (1)
	Laboral	Trabajadores (1)
	Autoridades	Subcomisionado (2), funcionario (1)
	Territorial	Estatal (1)
	Institucional	Empresa (1), oficina (1), filial (1)
	Comercialización	Factura (2), deuda (2), facturas (2), cancelen (1), pago (2), convenimientos (1), abono (1), cancelación (2), cancelar (1), comercial (1)
Servicio	Servicio (5), cortes (1), suspenderán (1), corte (1)	

Tecnológico	Electricidad	Eléctrica (1), eléctrico (4), suministro (2),
Temporal	Duración	15 al 19 (1)
	Presente	A tiempo (1)
	Meses	Agosto (1)

Cuadro 37. Levantamiento de campos léxicos - Suspendarán servicio eléctrico a los morosos

Fecha: 24/08/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 12
Título: El alumbrado público en San Benito es pésimo		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Iluminación	Oscuridad (1), oscuras (1)
	Conflicto	Armados (1)
Sentimientos	Temor	Miedo (1)
Social	Usuarios	Habitantes (1), residentes (1), vecina (1)
	Comunicación	Dijo (1)
	Movilidad	Salir (1), regresar (1), transitar (1)
Tecnológico	Electricidad	Postes (2), luminarias (1)
	Objetos	Linternas (1), velas (1)
Temporal	Hora	Noche (1)
	Futuro	Después de las 6pm (1)

Cuadro 38. Levantamiento de campos léxicos - El alumbrado público en San Benito es pésimo

Fecha: 04/08/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 11
Título: Con candela Nueva Cúa protestó apagón de 14 horas		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Terrible (1)
	Iluminación	Apagón (1), apagones (2),
	Avance	Varados (1)
	Influencia	Afectado (1)
	Magnitud	Fuerte (1), única (1), subida (2), tanto (1)
	Temporalidad	Repentina (1), inmediato (1)
Social	Usuarios	Gente (1), vecinos (3), vecina (1), señora (1), familia (2), residente (2), personas (1)
	Comunicación	No dicen (1), dijo (1), información (1), llamamos (1), sincerar (1), sincere (1)
	Solicitud	Manifestación (2), protestó (1)
	Movilidad	Trancar (1)
	Atención	Responsabiliza (2), acudir (1), instalación (1), presentaron (1), restablecido (1)
	Laboral	Cuadrillas (1), conductores (2)
	Autoridades	Autoridades (1)

	Comercialización	Cancelar (1), pagar (1), contratos (1), pagan (1)
	Servicios	Falta (1), servicio (5), sin luz (1)
Tecnológico	Electricidad	Corriente (1), tensión (1), medidores (2), electricidad (1), eléctrico (1),
	Hogar	Electrodomésticos (1)
	Objetos	Candela (2)
Temporal	Duración	Tiempo (1), 14 horas (2)
	Horas	4 pm (2) , 11 am (1), noche (1)
	Pasado	Ayer (1)
	Días	Semanas (2) lunes (2)
Transporte	Vialidad	Paso (2), cola (1), kilómetros (1), carretera (2), vía (2), ruta (1)

Cuadro 39. Levantamiento de campos léxicos - Con candela Nueva Cúa protestó apagón de 14 horas

Fecha: 08/09/2011	Diario: La Voz	Página: 9
Título: Agradecen atención de Corpoelec Ocumare		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Mejoras (1)
	Adquisición	Hurtada (1)
Social	Usuarios	Vecinos (2), lugareño (1)
	Solicitud	Manifestó (1)
	Atención	Atención (1), funcionamiento (1), cambio (1), mantenimiento (1)
	Laboral	Trabajadores (1)

	Servicio	Servicio (1)
Tecnológico	Electricidad	Lámparas (1), balastos (1), condensadores (1), guayas (1), alumbrado (1), eléctrico (1),
	Maquinaria	Equipo (1)

Cuadro 40. Levantamiento de campos léxicos - Agradecen atención de Corpoelec Ocumare

Fecha: 19/09/2011	Diario: La Voz	Página: 9
Título: Corpoelec cambió 2 mil 199 bombillos ahorradores		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Eficiente (2)
	Responsabilidad	Racional (2)
	Ideológico	Socialistas (1)
Social	Usuarios	Vecinos (1), usuarios (2), personas (1), poder popular (1), consejos comunales (1)
	Comunicación	Informó (1)
	Conocimiento	Conciencia (1)
	Atención	Atendieron (1), jornadas (2), canjearon (1), beneficiando (1), beneficios (1), operativos (1), beneficiar (1)
	Laboral	Laborando (1)
	Autoridades	Funcionarios (1), subcomisionado (1)
	Territorial	Miranda (1), estatal (3).
	Institucional	Empresa (1)
	Comercialización	Captación (1), comercial (1), ahorro (2)
Tecnológico	Eléctrica	Eléctrica (2), energético (1), energía

		(2), bombillos ahorradores (2), distribución (1)
	Maquinaria	Equipo (1)
Temporal	Días	Días (1)
	Meses	Septiembre (1)

Cuadro 41. Levantamiento de campos léxicos - Corpoelec cambió 2 mil 199 bombillos ahorradores

Fecha: 13/09/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 16
Título: Le meterán el pecho al alumbrado		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Eficiente (1)
	Responsabilidad	Racional (1)
	Preparación	Especialista (1)
	Temporalidad	Modernas (1)
Natural	Cuerpo	Pecho (1)
Social	Usuarios	Público (2)
	Espacial	Tuyeros (1)
	Conocimiento	Conocer (1)
	Atención	Instalará (1), sustituirá (1), cambio (1), implementa (1), cambiar (2)
	Laboral	Trabajo (1)
	Territorial	Miranda (1), estado (1)
	Autoridad	Subcomisionado (1)
Servicios	Luz (2)	
Tecnológico	Electricidad	Lámparas (2), fotocélulas (2), luminarias (3), Iluminación (1), alumbrado (3), distribución (1), energía (1), eléctrica (1)
Temporal	Duración	Semanalmente (2)

	Pasado	Semana pasada (1)
	Futuro	Finales de año (1)

Cuadro 42. Levantamiento de campos léxicos - Le meterán el pecho al alumbrado

Fecha: 20/09/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 11
Título: Tomada por la oscuridad está la calle de La Vega		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Iluminación	Oscuridad (1), oscuro (1), oscurana (1)
	Adquisición	Tomadas (1)
	Temporalidad	Frecuente (1)
Social	Usuarios	Vecinos (2), vecina (1), públicos (1)
	Comunicación	Llamados (1), cartas (1), respuesta (1)
	Solicitud	Denuncia (1)
	Institucional	Alcaldía (1)
	Servicios	Servicios (1)
Tecnológico	Electricidad	Postes (1)
Temporal	Duración	Momentos (1), Dos meses (1)
Transporte	Terrestre	Carros (1), chocara (1)

Cuadro 43. Levantamiento de campos léxicos - Tomada por la oscuridad está la calle de La Vega

Fecha: 24/10/2011	Diario: La Voz	Página: 6
Título: Mejoran alumbrado público en Urdaneta		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Mejoras (1), mejoran (1)
	Relevancia	Destacado (1)
Natural	Vegetación	Árboles (1)

Social	Usuarios	Beneficiarios (1), públicos (3)
	Atención	Programa (1) dando (1), mantenimiento (1), recuperación (1), plan (1), sustituyendo (1)
	Laboral	Personal (1), trabajo (1),
	Territorial	Municipal (1)
	Autoridades	Alcalde (1), director (1), jefe (1), gobierno(1), alcalde (1)
	Institucional	Empresa (2)
	Servicio	Luz (1), servicios (1)
Tecnológico	Electricidad	Alumbrado (2), tendidos (1) eléctricos (1), redes (1), luminarias (1), fotocélulas (1), separadores (1), energía (1), eléctrica (1), suministra (1)
Temporal	Duración	Continuidad (1)
	Presente	Hasta la fecha (1)

Cuadro 44. Levantamiento de campos léxicos - Mejoran alumbrado público en Urdaneta

Fecha: 03/10/2011	Diario: La Voz	Página: 9
Título: Corpoelec le cortará el servicio a los morosos		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Iluminación	Oscurana (1)
	Magnitud	Muy (1), alta (1)
	Temporalidad	Vencidas (1), tiempo (1)
	Semejanza	Mismo (1)
Social	Usuarios	Morosos (1), usuarios (3), suscriptores (1)
	Comunicación	Informar (1), página web (1)

	Movilidad	Arranca (1)
	Atención	Operativo (2), ofrecidas (1), abordados (1)
	Laboral	Trabajadores (2),
	Autoridades	Subcomisionado (2), funcionario (1)
	Territorial	Estatal (1)
	Institucional	Empresa (1) oficina (1), filial (1)
	Comercialización	Facturas (2), deuda (2), cancelen (1), convencimientos (1), pago (1), abono (1), cancelación (2), consumo (1), comercial (1)
	Servicio	Cortará (1), servicio (3), corte (1)
Tecnológico	Electricidad	Eléctrica (2), eléctrico (1),
Temporal	Presente	Hoy (1), al día (1), a tiempo (1)
	Días	Lunes (1)
	Meses	Octubre (1)

Cuadro 45. Levantamiento de campos léxicos - Corpoelec le cortará el servicio a los morosos

Fecha: 11/10/2011	Diario: Últimas Noticias	Fecha: 11/10/2011
Título: Realizan jornadas para cambiar bombillos		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Eficiente (1)
	Responsabilidad	Racional (1)
Social	Espacial	Tuyeras (1)
	Comunicación	Charlas (1), informativo (1), informó (1)
	Atención	Jornadas (2), cambiar (1), cambio (1), canje (1), canjaremos (1)
	Autoridades	Subcomisionado (1)

	Institucional	Alcaldías (1)
	Comercialización	Ahorro (1)
Tecnológico	Electricidad	Energía (1) eléctrica (1), energético (1), bombillos (2), bombillos ahorradores (1)
Temporal	Presente	Actualmente (1), hoy (1)

Cuadro 46. Levantamiento de campos léxicos - Realizan jornadas para cambiar bombillos

Fecha: 18/10/2011	Diario: Últimas Noticias	Fecha: 18/10/2011
Título: En La Estrella no ven luz con apagones		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Mejor (1)
	Iluminación	Apagones (2)
	Preparación	Desprevenidos (1)
	Conflicto	Armados (1), hampones (1)
	Temporalidad	Constantes (2)
Sentimiento	Alegría	Alegramos (1)
Social	Usuarios	Vecinos (3), vocera (1), lugareños (1), público (2)
	Comunicación	Aviso (1), escucharon (1), respuesta (1), llamamos (1), llamadas (1), no contestan (1)
	Solicitud	Denunciaron (2), denuncian (1), denunciar (1)
	Laboral	Cuadrillas (1)
	Autoridades	Vocero comunal (1)
	Institucional	Alcaldía (1)
	Comercialización	Pagamos (1)
	Servicio	Sin el servicio (1), suspenden (1),

		servicio (2) problema (1), corte (1), luz (1)
Tecnológico	Electricidad	Eléctrico (1), electricidad (1), bajones (1), subidas (1)
	Objetos	Velas (1), linternas (1)
	Maquinaria	Maquina (1)
Temporal	Duración	Durar (1), 5 horas (2), 30 minutos (2), 2 semanas (1), 15 días (1) Cuatro meses (1), Cuatro meses (1)
	Horas	Horas nocturnas (1), horas pico (1)
Transporte	Vialidad	Vía (2), carretera (1), camino (1), ruta (1)
	Terrestre	Transporte (2)

Cuadro 47. Levantamiento de campos léxicos - En La Estrella no ven luz con apagones

Fecha: 21/11/2011	Diario: La Voz	Página: 43
Título: Oscura está la avenida principal de “La Raisa”		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Iluminación	Oscura (1), oscurana (1), oscuridad (1)
	Influencia	Afectados (1)
	Adquisición	Aprovechada (2)
	Conflicto	Antisociales (2)
	Magnitud	Total (1), muy (1), alta(1), altos (1)
	Temporalidad	Constantemente (1), rápidamente(1)
Natural	Animal	Lobos (1)
	Paisaje	Cueva (1)
Social	Usuarios	Vecinos (1), vecino (1), vecina (1), transeúntes (1), público (4)
	Comunicación	Llamado (2) informante (1), escuche

		(1), cartas (1)
	Solicitud	Denunciaron (1), denuncias (1), exigen (1), bienestar (1), exigimos(1), tomen las acciones (1), denunciado (1)
	Movilidad	Caminar (1), transitar (1)
	Atención	Restitución (1)
	Laboral	Profesionales del volante (1), conductores (2)
	Autoridades	Autoridades (1), alcalde (1)
	Servicio	Falta (1)
Tecnológico	Electricidad	Bombillos (2), postes (1), alumbrado (2)
Temporal	Duración	Dos meses (1)
	Horas	6 de la tarde (1)
Transporte	Vialidad	Avenida principal (2) kilometro (1), trayecto (1)
	Terrestre	Transporte (1), carro (1)

Cuadro 48. Levantamiento de campos léxicos - Oscura está la avenida principal de “La Raisa”

Fecha: 22/11/2011	Diario: La Voz	Página: 7
Título: A oscuras plaza del estudiante		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Iluminación	Oscuras (1), penumbras (1), penumbra (1)
	Magnitud	Totalmente (1)
Social	Usuarios	Habitantes (1), residente (1), residentes (1), población (1), público (3)

	Espacial	Ocumareños (1)
	Comunicación	Llamado (1)
	Solicitud	Solicitan (1), pidió (1)
	Atención	Reponer (1), correctivos (1), inspección (1)
	Laboral	Laborales (1), conductores (1),
	Autoridades	Directivos (1)
	Institucional	Empresa (1)
Tecnológico	Electricidad	Alumbrado (2), eléctrica (1)
Temporal	Horas	6 de la tarde (1)

Cuadro 49. Levantamiento de campos léxicos - A oscuras plaza del estudiante

Fecha: 01/11/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 13
Título: Mejoran alumbrado público en Yare		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Mejoran (1), mejoras (1)
	Iluminación	Oscuras (2)
	Semejanza	Mismas (1)
Natural	Vegetación	Árboles (1)
Social	Usuarios	Lugareños (1), públicos (1), público (2)
	Comunicación	Informó (1) comunicado (1) prensa (1)
	Atención	Sustituyen (1), plan (1), colocación (1) sustitución (1), sustituciones (1), atender (1), beneficiado (1) programa (1)
	Laboral	Trabajo (1), cuadrillas (1), trabajos (2)
	Autoridades	Funcionaria(1)

	Institucional	Alcaldía (2), dirección (1), empresa (1)
	Servicio	Servicios (1), fallas (1), problemas (1)
Tecnológico	Electricidad	Fotocélulas (2), bombillos (2), cajas de control (1), transformadores (1), condensadores (1), apagadores (1), cableado (1) capacidad (1) energía (1), alumbrado (2), fluido (1), eléctrico (1)
Temporal	Duración	Fase (1)

Cuadro 50. Levantamiento de campos léxicos - Mejoran alumbrado público en Yare

Fecha: 08/11/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 16
Título: Carretera La Raisia es una boca de lobo durante la noche		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Honestidad	Verdadero (1)
	Magnitud	Huecos (1)
Natural	Animales	Lobo (2)
	Cuerpo	Boca (2), arteria (1)
Social	Usuarios	Residente (1), público (1)
	Movilidad	Transitar (1), esquivar (1)
	Laboral	Choferes (1)
	Servicio	Ausencia (1)
Tecnológico	Electricidad	Capacidad (1), alumbrado (1)
Temporal	Horas	Noche (3)
	Futuro	Después (1)
Transporte	Vialidad	Vial (1), carretera (3)

Cuadro 51. Levantamiento de campos léxicos - Carretera La Raisia es una boca de lobo durante la noche

Fecha: 29/12/2011	Diario: La Voz	Página: 7
Título: Corpoelec realizó mejoras en el alumbrado público de La Raisia		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Mejoras (1), mejorar (2) eficiente (1)
	Responsabilidad	Racional (1)
Social	Usuarios	Público (5)
	Comunicación	Informó (1), anunció (1)
	Atención	Cumpliendo (1), compromisos (1) reuniones (1), instalación (1), recuperación (1), instaló (1)
	Laboral	Trabajos (2), cuadrilla (1)
	Autoridades	Subcomisionado (1)
	Territorial	Estatal (1), Miranda (1), Municipio (1)
	Institucional	Alcaldía (1)
	Servicio	Servicio (1)
Tecnológico	Electricidad	Transformador (1), alumbrado (5), suministro (1), energía (1), eléctrica (1)
Transporte	Vialidad	Carretera (1)

Cuadro 52. Levantamiento de campos léxicos - Corpoelec realizó mejoras en el alumbrado público de La Raisia

Fecha: 28/12/2011	Diario: La Voz	Página: 6
Título: Inician reparación de alumbrado público en “Simón Bolívar”		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Mejoras (1), mejorará (1)
	Magnitud	Tanto (1)
	Temporalidad	Breve (1), recientemente (1)

	Semejanza	Diversos (1)
Sentimiento	Gratitud	Agradeci3 (1)
Social	Usuario	P3blicos (3), comunidades (1), p3blico (4)
	Comunicaci3n	Inform3 (1), respuesta (1)
	Solicitud	Demandas (1)
	Atenci3n	Reparaci3n (1), plan (2), reparar (1), recuperaci3n (1), atender (1), apoyo (1)
	Autoridades	Director (1), gobierno municipal (1), alcalde (1), subcomisionado (1) funcionario (1), gerente (1)
	Institucional	Alcaldía (1), empresa (2)
	Servicio	Servicios (4), sistema (1)
Tecnol3gico	Electricidad	Equipos M-400 (2), cajas de control (2), bombillos ahorradores (2), bombillos (1), postes (1), M-18 (1) transformadores (1), distribuci3n (1), energía (1), el3ctrica(3), alumbrado (4)

Cuadro 53. Levantamiento de campos léxicos - Inician reparaci3n de alumbrado p3blico en “Sim3n Bolívar”

Fecha: 09/12/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 16
Título: Falla el3ctrica dej3 sin energía a 4 municipios		
Dominio	Campo semántico	L3xico asignado
Social	Comunicaci3n	Boletín de prensa (1)
	Laboral	Cuadrillas (1), labor (1)
	Autoridades	Gerencia (1)
	Servicio	Cortes (2), sin servicio (1), problema

		(1), sistema (1), avería (1), falla (2), servicio (1)
Tecnológico	Electricidad	Subestación (1) eléctrica (2), líneas (1), eléctrico (1), energía (1)
Temporal	Duración	Entre 6 am y 10 am (1),
	Horas	Tarde (1), ayer (1), 3:10pm (1), 3:40 pm (1), 6 am (1), 10 am (1)

Cuadro 54. Levantamiento de campos léxicos - Falla eléctrica dejó sin energía a 4 municipios

Fecha: 02/12/2011	Diario: Últimas Noticias	Página: 14
Título: En la avenida Ribas los postes están de adorno		
Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valorativo	Calidad	Adorno (1)
	Iluminación	Oscuridad (1)
	Magnitud	Bajo (1), gran (1)
Natural	Cuerpo	Arteria (1), dedo (1)
Social	Usuarios	Habitantes (1), vecina (1), vecinos (1), figuras públicas (1), estudiantes (1), transeúntes (1), público (2)
	Solicitud	Piden (1), manifestó (1), denunció (1)
	Movilidad	Mueven (1), caminan (1)
	Atención	Cambiar (1)
	Laboral	Comerciantes (1)
	Autoridades	Representantes (1)
	Institucional	Dirección (1), alcaldía (1)
	Comercialización	Cobrar (1), multas (1), consumo (1)
Servicio	Problema (1), no funcionan, luz (1),	

		servicios (1)
Tecnológico	Electricidad	Postes (2), bombillos (1), focos (1), luminarias (1), tensión (1), quemadas (1), quemados (1)
Temporal	Horas	Horas nocturnas (1)
Transporte	Vialidad	Vial (1)
	Terrestre	Transporte (1), vehículos (1)

Cuadro 55. Levantamiento de campos léxicos - En la avenida Ribas los postes están de adorno

Anexo E. Encuesta



Imagen 25. Respuestas del primer grupo de encuestados, pregunta 1



Imagen 26. Respuestas del segundo grupo de encuestados, pregunta 1

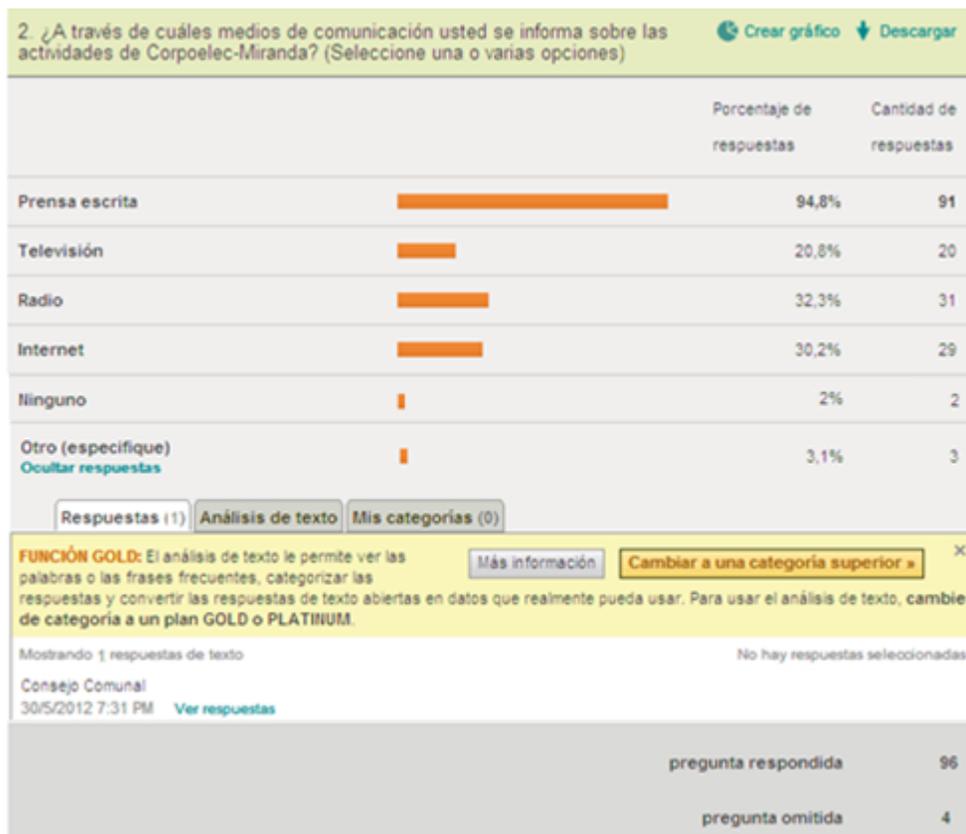


Imagen 27. Respuestas del primer grupo de encuestados, pregunta 2

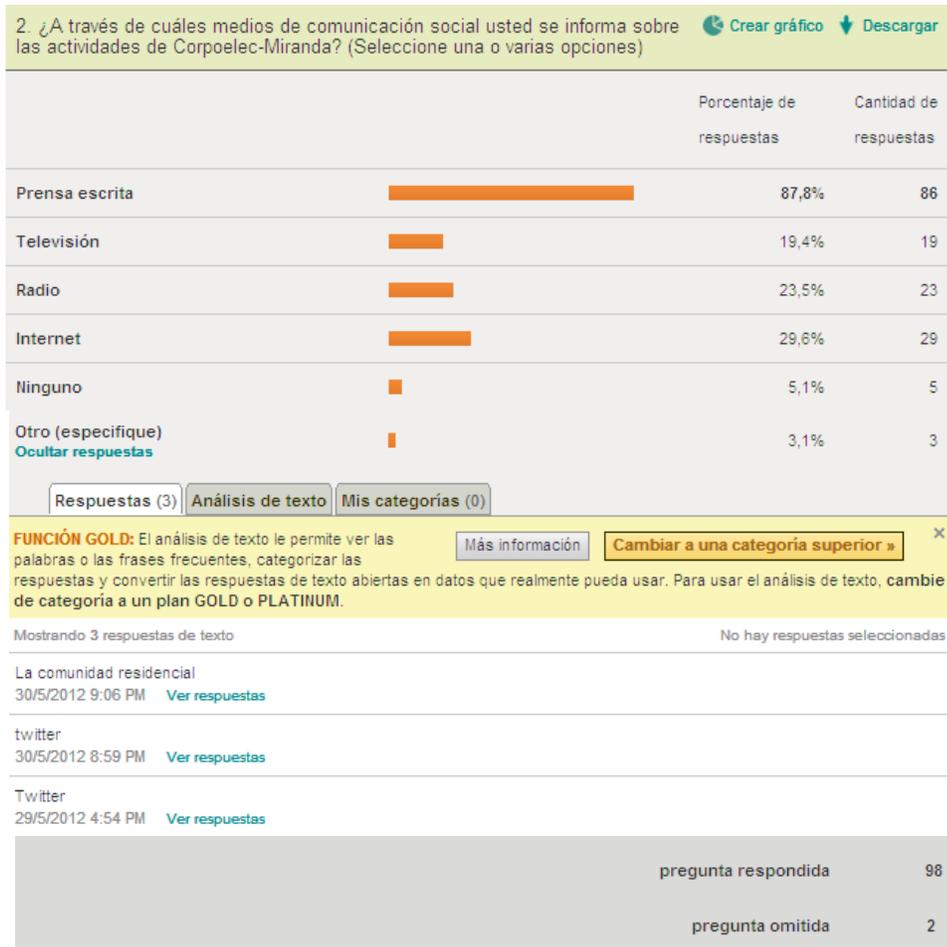


Imagen 28. Respuestas del segundo grupo de encuestados, pregunta 2

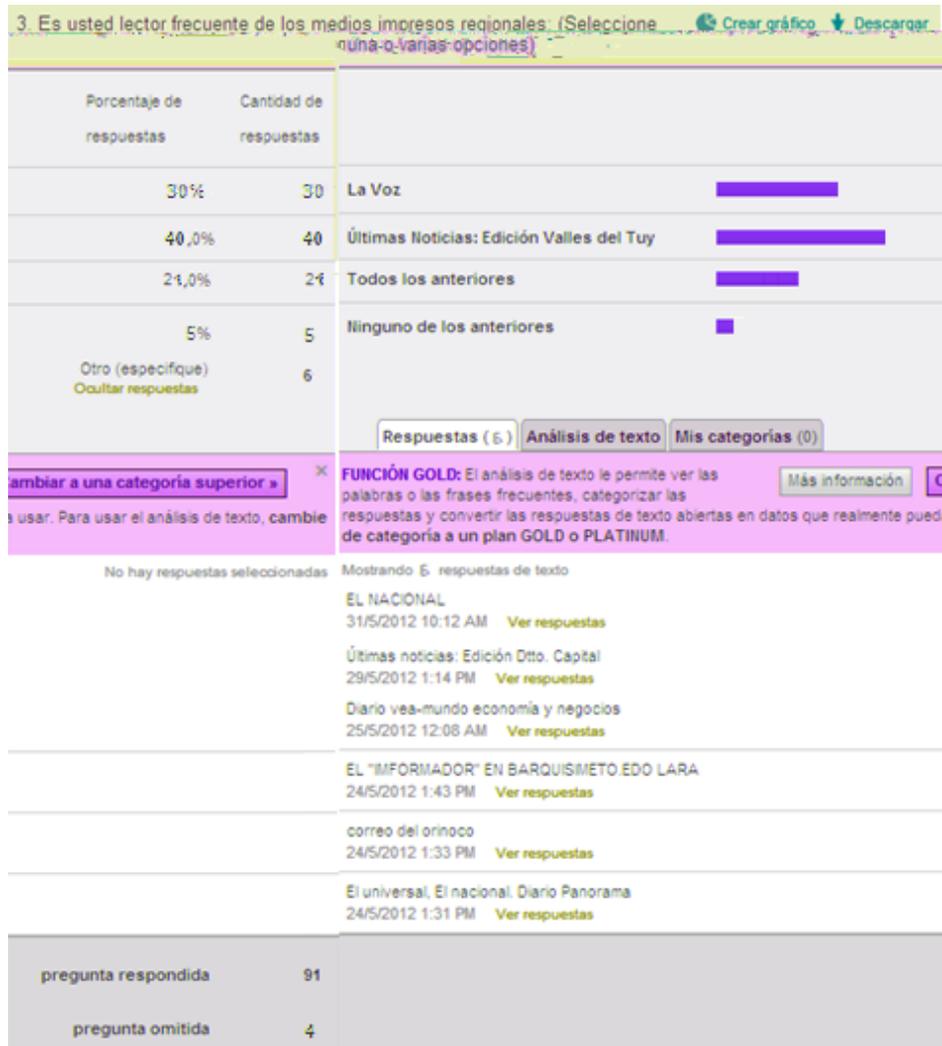


Imagen 29. Respuestas del primer grupo de encuestados, pregunta 3



Imagen 30. Respuestas del segundo grupo de encuestados, pregunta 3

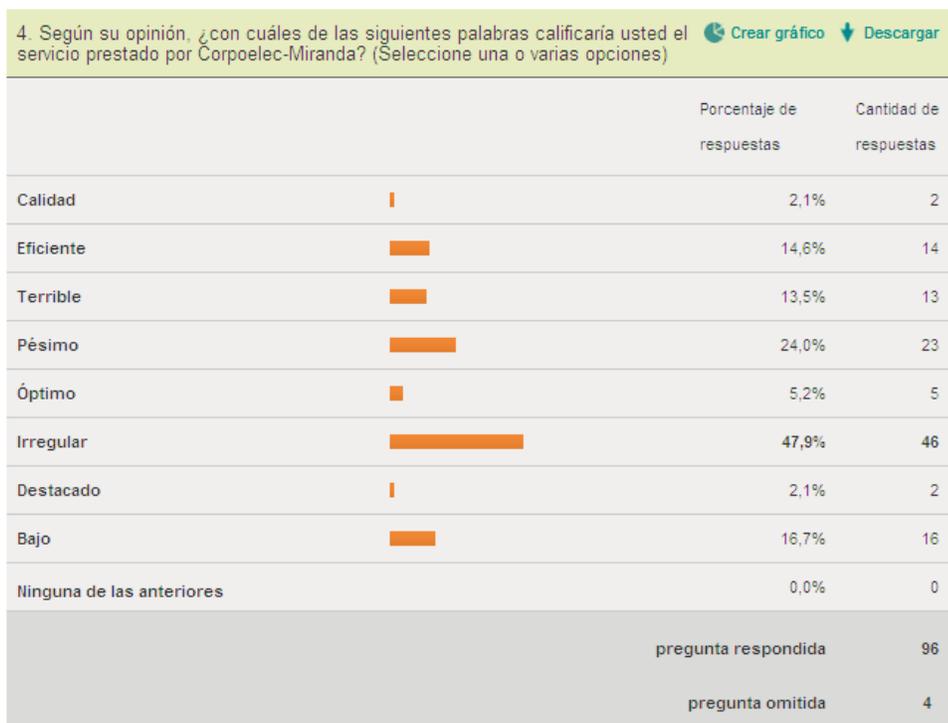


Imagen 31. Respuestas del primer grupo de encuestados, pregunta 4



Imagen 32. Respuestas del segundo grupo de encuestados, pregunta 4



Imagen 33. Respuestas del primer grupo de encuestados, pregunta 5.



Imagen 34. Respuestas del segundo grupo de encuestados, pregunta 5



Imagen 35. Respuestas del primer grupo de encuestados, pregunta 6



Imagen 36. Respuestas del segundo grupo de encuestados, pregunta 6

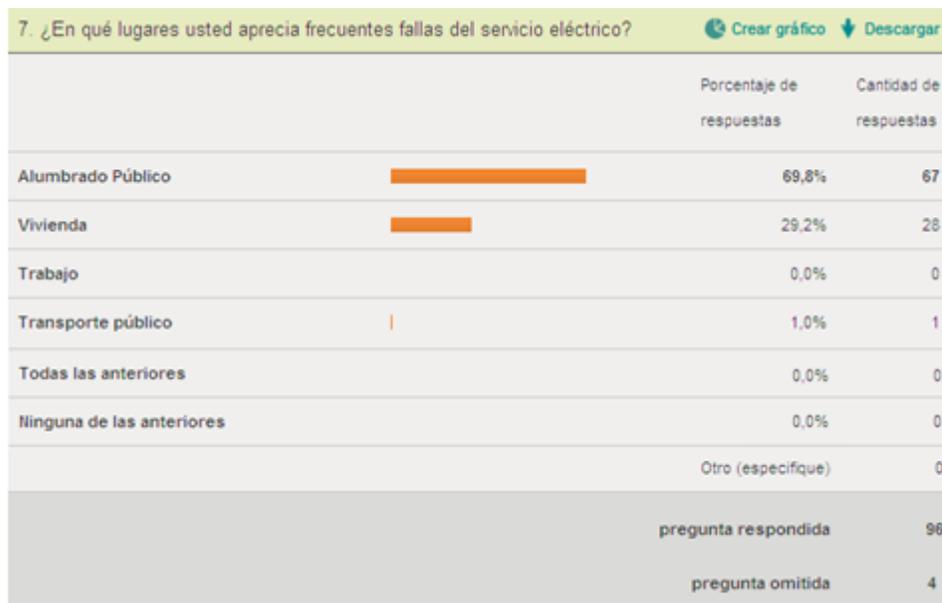


Imagen 37. Respuestas del primer grupo de encuestados, pregunta 7



Imagen 38. Respuestas del segundo grupo de encuestados, pregunta 7



Imagen 39. Respuestas del primer grupo de encuestados, pregunta 8



Imagen 40. Respuestas del segundo grupo de encuestados, pregunta 8

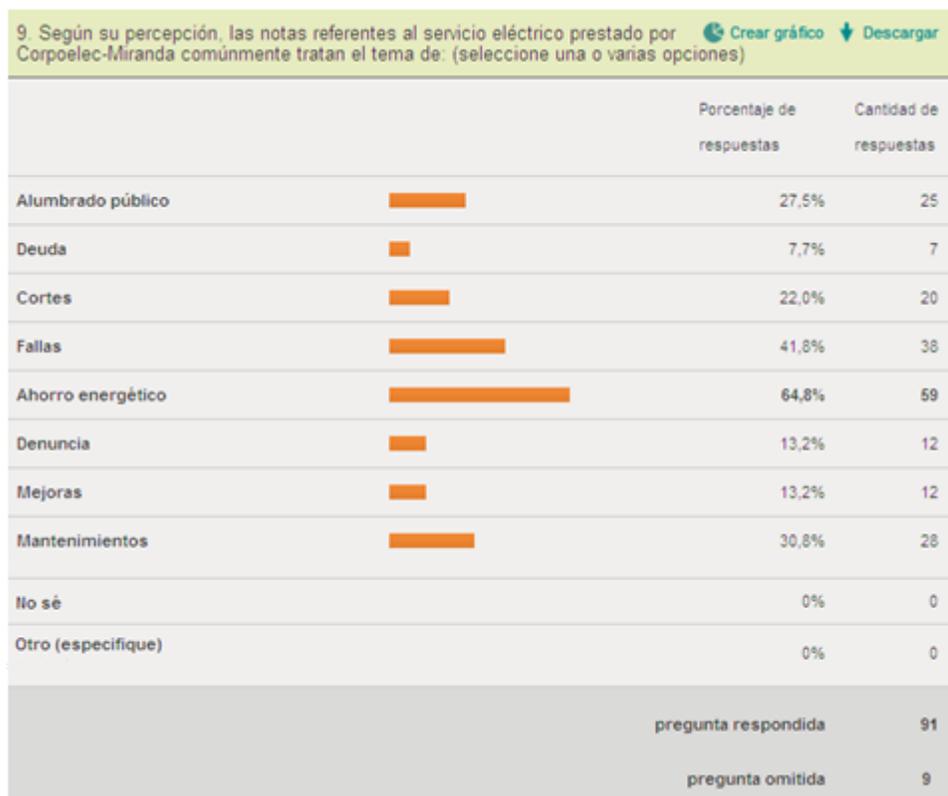


Imagen 41. Respuestas del primer grupo de encuestados, pregunta 9

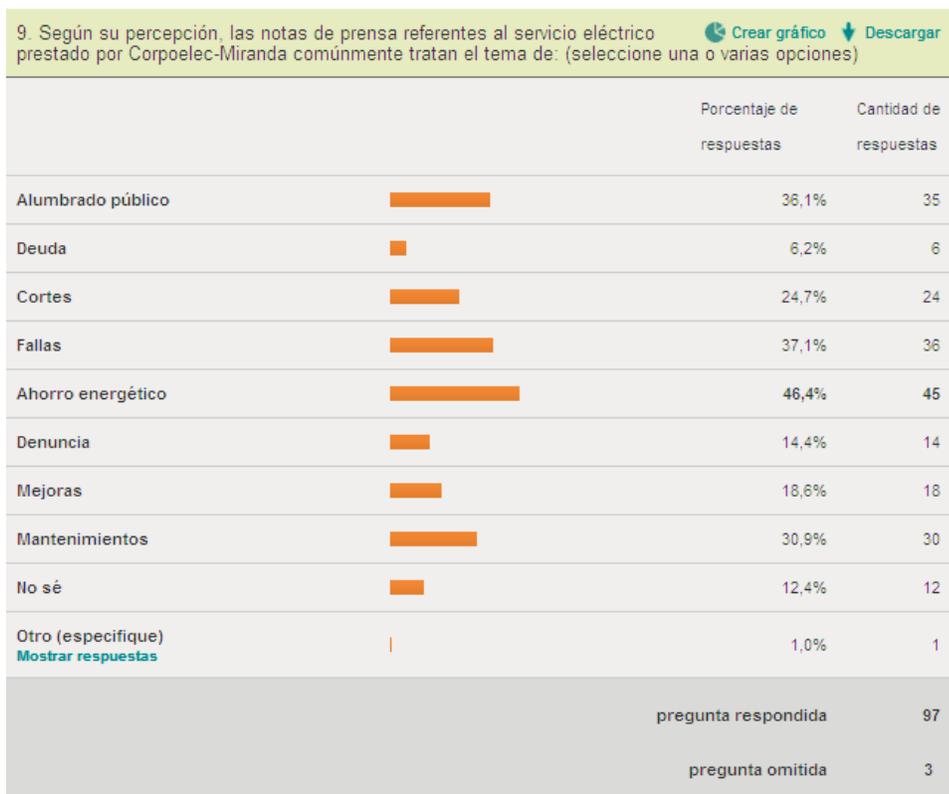


Imagen 42. Respuestas del segundo grupo de encuestados, pregunta 9

10. Considera usted que el servicio prestado por Corpoelec-Miranda es:		Crear gráfico	Descargar
		Porcentaje de respuestas	Cantidad de respuestas
Óptimo		6,3%	6
Eficiente		10,4%	10
De Calidad		5,2%	5
Irregular		51,0%	49
Terrible		10,4%	10
Pésimo		16,7%	16
Ninguna de las anteriores		0,0%	0
pregunta respondida			96
pregunta omitida			4

Imagen 43. Respuestas del primer grupo de encuestados, pregunta10

10. Considera usted que el servicio prestado por Corpoelec-Miranda es:		Crear gráfico	Descargar
		Porcentaje de respuestas	Cantidad de respuestas
Óptimo		7,1%	7
Eficiente		11,2%	11
De Calidad		4,1%	4
Irregular		43,9%	43
Terrible		13,3%	13
Pésimo		18,4%	18
Ninguna de las anteriores		2,0%	2
pregunta respondida			98
pregunta omitida			2

Imagen 44. Respuestas del segundo grupo de encuestados, pregunta 10