

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**



**PROPUESTA DE TRATAMIENTO INFORMATIVO PARA RADIOS
COMUNITARIAS. CASO ESPECÍFICO: RADIO GUAZAPA**

PRESENTADO POR:

ANDRADE LUNA, TATIANA EUNICE

FLORES FLORES, MARÍA MAGDALENA

FLORES PORTILLO, CARLOS VLADIMIR

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIATURA EN PERIODISMO

DIRECTOR DOCENTE:

LICENCIADO ALBERTO ARAUJO

SAN SALVADOR, SEPTIEMBRE 2006, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA.



AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTORA

Dra. María Isabel Rodríguez

VICE-RECTOR ACADÉMICO

Ing. Joaquín Orlando Machuca

VICE-RECTORA ADMINISTRATIVA

Dra. Carmen de Rivas

SECRETARIA GENERAL

Lic. Alicia Margarita Rivas de Recinos.

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANA

Licda. Ana María Glower de Alvarado

VICE-DECANO

Lic. Carlos Ernesto Deras

JEFE DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

Lic. René Contreras

COORDINADOR DE GRADO DEL
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

Lic. Guillermo Mejía

DOCENTE DIRECTOR

Lic. Alberto Araujo

AGRADECIMIENTOS

Para la elaboración de la presente investigación fue necesaria la ayuda de personas e instituciones que colaboraron para que éste se ejecutara.

Sin olvidar la ayuda incondicional y necesaria del Ser Supremo que siempre estuvo presente, recalamos nuestros agradecimientos y gratitud a Él, que no solo estuvo con nosotros, sino que puso a nuestro alrededor personas que colaboraron para que esto fuera posible.

Entre ellas están nuestras familias que brindaron apoyo moral, la radio y su personal que abrieron sus puertas permitiéndonos llevar a cabo la investigación, y la población guazapence entrevistada que colaboró dando su valoración acerca de la emisora.

Otros que contribuyeron al desarrollo de este trabajo en el ámbito académico fueron el Licenciado Eduardo Cubías proporcionando información bibliográfica, y el Licenciado Alberto Araujo, quien fungió como asesor de esta investigación, revisando, corrigiendo y evaluando la investigación de campo a lo largo de su elaboración.

En fin agradecemos muy especialmente a todos y todas que de una u otra manera colaboraron a esta investigación.

ÍNDICE

<u>CONTENIDO</u>	<u>PÁGINA</u>
INTRODUCCIÓN.....	V
CAPÍTULO I “DETERMINACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO”	
1.1 Objetivo	07
1.2 Justificación	08
1.3 Limitaciones y Alcances del Estudio	10
CAPÍTULO II “MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL”	
2.1 Antecedentes del Objeto.....	12
2.2 Introducción de las Radiodifusión en El Salvador	15
2.3 Corrientes de las Radios Comunitarias.....	21
2.4 Vertientes de las Radios Comunitarias.....	28
2.5 Surgimiento de las Radios Comunitarias a nivel mundial y América Latina.....	31
2.6 Las Radios Comunitarias en El Salvador	33
2.7 Proceso de Legalización de las Radios Comunitarias	36
2.8 Formas de Coordinación.....	44
CAPÍTULO III “METODOLOGÍA”	
3.1 Carácter del Trabajo	53
3.2 Definición de la Muestra	54
3.3 Técnicas de Investigación.....	56
3.4 Tipo de Estudio.....	58
3.5 Perspectiva y Enfoque Teórico.....	60
3.6 Procedimiento de la Investigación.....	62
3.7 Construcción de Instrumentos de recolección de datos.....	64
3.8 Propuesta de Análisis de	66
CAPÍTULO IV “DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE RADIO GUAZAPA”	
4.1 Historia de Radio Guazapa.....	67
CAPÍTULO V “PROPUESTA DE TRATAMIENTO INFORMATIVO”	
5.1 Propuesta de Tratamiento Informativo.....	102
CONCLUSIONES.....	150
RECOMENDACIONES	153
FUENTES DE CONSULTA.....	156
ANEXOS	161

INTRODUCCIÓN

Como un aporte a la comunicación comunitaria, en especial de la radiodifusión y a la sociedad civil a nivel regional, municipal y local, el presente trabajo contiene una investigación sobre el tratamiento informativo que las radios comunitarias le dan a sus producciones.

En ésta investigación se toma como sujeto de estudio a Radio Guazapa; y para poder contribuir al desarrollo de ésta, se hace una propuesta para mejorar su tratamiento informativo.

Este trabajo incluye cinco capítulos, en los cuales se da una definición del objeto de estudio, el marco teórico conceptual de las radios comunitarias y sus orígenes, la metodología aplicable a la investigación de campo, un diagnóstico general de Radio Guazapa, y una Propuesta para mejorar el tratamiento informativo de dicha emisora.

En el primer capítulo denominado “Determinación del Objeto de estudio” se dan a conocer los objetivos que regirán la investigación, la importancia que tiene este tipo de trabajos para los diversos sectores involucrados, sus alcances y las limitantes.

El capítulo II presenta una referencia bibliográfica de las fuentes consultadas, el contexto histórico de la radiodifusión comunitaria a nivel latinoamericano y local, sus orígenes, su proceso de legalización, sus formas de coordinación y los fundamentos sobre los cuales se rigen estas emisoras.

La metodología aplicable en la investigación de campo se presenta en el tercer capítulo. Entre ellos, se define el carácter del trabajo, la definición de la muestra, las técnicas implementadas y la forma de analizar los resultados.

En el capítulo IV se hace un diagnóstico general de la radio en estudio, donde se destaca su origen, funcionamiento y las dificultades por las que pasa. Es este diagnóstico el que permite hacer una valoración de la emisora para proponer, en el capítulo V, alternativas que permitan mejorar el tratamiento informativo de Radio Guazapa, y así contribuir al desarrollo de radios comunitarias.

Con este trabajo se espera contribuir al desarrollo de la radiodifusión comunitaria a nivel nacional, aportando nuevos conocimientos en el que hacer informativo.

CAPÍTULO I

DETERMINACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1. OBJETIVOS GENERALES:

El objeto de estudio de esta investigación son las producciones auditivas que realiza Radio Guazapa ya que a través del estudio de estas, se realiza una propuesta que permite solventar algunos vacíos existentes dentro de la emisora.

Cabe aclarar, que para la realización de esta investigación se estudió la programación de la radio y no sólo un espacio noticioso como tal. Esto con el fin de determinar el tratamiento informativo que la radio tiene dentro de su formato de trabajo y así mejorar su calidad productiva a través de una propuesta de tratamiento informativo, que más adelante se presenta detalladamente.

Para responder a las necesidades existentes en la emisora, en esta investigación se toman como base los siguientes objetivos:

- Indagar y analizar los diferentes productos informativos que realiza Radio Guazapa para identificar las deficiencias que ellos puedan tener.
- Realizar una propuesta del tratamiento informativo que contribuya con el mejoramiento de la calidad de los productos informativos que realiza Radio Guazapa.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación es importante ya que con sus resultados, la audiencia y el propio medio conocen cuáles son las deficiencias que tienen las radios comunitarias, en este caso específico, Radio Guazapa.

Además, con el resultado de este estudio se identifican las ventajas y desventajas con las que cuenta la emisora; y a la vez, la audiencia expresa sus expectativas acerca de Radio Guazapa.

Al saber las desventajas de la radio y las expectativas de la audiencia, permite que el medio tome en cuenta los resultados y adopte una postura para lograr un mejor posicionamiento en su localidad e implemente técnicas para abordar el tratamiento informativo en su programación.

El proyecto tiene valor teórico, porque aunque las radios comunitarias han tomado auge en las últimas décadas, son pocas las investigaciones que existen sobre ésta temática, es decir ha sido un tema poco explorado, por lo tanto no existen fuentes bibliográficas que presenten una propuesta para mejorar el tratamiento informativo de las radios comunitarias y mucho menos de Radio Guazapa.

Durante la investigación se contó con el respaldo bibliográfico, fuentes primarias y con el acceso a la radio.

La tesis también tiene una contribución teórica ya que ayudará a estudiantes y docentes de las carreras de Comunicación, Periodismo y áreas afines, especialmente en el ámbito radiofónico.

El estudio presenta una serie de implicaciones prácticas, puesto que por medio de ésta los estudiantes de Periodismo y Comunicaciones podrán conocer y ampliar sus

conocimientos sobre el funcionamiento y trabajo de las radios comunitarias, en especial de Radio Guazapa.

Tanto estudiantes como docentes y personas interesadas en ésta temática pueden encontrar en la investigación, un respaldo para realizar futuras investigaciones, y para que tomen conciencia de la importancia que tienen estas radios en la sociedad. También, para que a partir de los resultados vayan más allá e intenten hacer realidad ésta investigación u otras similares (que se ejecute la propuesta y no quede sólo en papel).

Es por esto que la investigación servirá para que todos los indicados tomen cartas en el asunto y valoren si su radio presenta el mismo formato que Radio Guazapa o si es necesario que se adopte una investigación a su radio, todo con el propósito de mejorar y alcanzar, de acuerdo a sus condiciones, lo que López Vigil sostiene como radios comunitaria o al menos intentar cumplirlo.

1.4. LIMITANTES Y ALCANCES DEL ESTUDIO

1.4.1 Limitantes

- a) Dificultad a la hora de realizar las entrevistas por problemas de horarios, ya que algunas fuentes no se presentaban a trabajar y otras estaban ausentes por la hora, debido a que la mayoría de entrevistas se realizaron en período vacacional.
- b) Otra limitante es la ubicación de la radio, ya que Guazapa se encuentra a 24 Km. de San Salvador, razón por la cual no podíamos ir diariamente.
- c) Aunque el director de la radio, Don Salvador Cárcamo, mostró disponibilidad a la hora de la investigación y permitió el fácil acceso a la radio, casi nunca se encontraba en la emisora para hablar acerca de los avances de la investigación. Cabe aclarar que aunque no fue constante, sí respaldó la investigación.
- d) A pesar de que el personal de la radio es bastante (alrededor de 35) y mayormente jóvenes, presentan poco interés en realizar actividades relacionadas al área de prensa dentro de la radio (como reporteos, redacción y producción); pues se les nota más el entusiasmo por ser locutores y salir al aire para darse a conocer ante la población, hablando en un turno de la radio y programando música.

1. 4. 2 Alcances

- a) Se ha tenido un mayor acercamiento con la radio a partir de las visitas. Esto ha permitido obtener información de primera mano y conocer el funcionamiento, historia y situación actual de dicha radio.
- b) Con la investigación se ampliaron los conocimientos existentes y adquirieron nuevos acerca de las radios comunitarias, su historia, situación actual, su forma de coordinación, etc. incrementando así el acervo de conocimientos sobre esta temática.
- c) Se logró tener un contacto con la comunidad de Guazapa, ya que a partir de las visitas realizadas a la localidad nos pudimos dar a conocer ante la audiencia de la radio, y con los propios miembros de la emisora, al punto de ser identificados fácilmente en la localidad.
- d) Para poner en práctica la teoría impartida en las capacitaciones se realizaron diferentes producciones por algunos miembros practicantes de Radio Guazapa, jóvenes que anteriormente no hacían productos radiofónicos de este tipo.
- e) Las capacitaciones a los miembros de la Radio ha logrado despertar en ellos el interés por la formación del Área de Prensa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES DEL OBJETO

Para poder realizar la investigación se buscaron fuentes bibliográficas que sirvieron como antecedente del proyecto. Éste apartado presenta la exploración bibliográfica basada en documentación existente en centros de estudios superiores, para indagar y buscar información que pueda contribuir al estudio, sobre todo en el marco teórico.

Para tal efecto se consultaron tesis de las siguientes universidades: Universidad de El Salvador (UES), Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC) y Universidad Don Bosco. Además, se visitaron centros de estudios superiores como la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA), Universidad Francisco Gavidia (UFG), Universidad José Matías Delgado (UJMD), Universidad Nueva San Salvador (UNSSA) entre otras, en las cuales no se encontró material relacionado con el tema de las Radios Comunitarias.

Las tesis consultadas en la UES fueron “Diagnóstico comunicacional de las radios comunitarias en El Salvador, 1995”, “La recepción de las radios comunitarias en El Salvador”, “Comunicación popular y participativa, Ciudad Segundo Montes”, “Historia de la Radiodifusión Salvadoreña. Caso específico: YSKL, YSU y Sonora” y “Diagnóstico comunicacional de Radio Guazapa”.

En las tesis anteriores se hace referencia a la historia y surgimiento de las radios comunitarias en El Salvador, y en algunas de ellas se aplicó la entrevista a profundidad como técnica de investigación. Para la indagación del contexto histórico de las radios

comunitarias y de la emisora en estudio, se tomaron como base las tesis “Historia de la Radiodifusión Salvadoreña. Caso específico: YSKL, YSU y Sonora” y “Diagnóstico comunicacional de Radio Guazapa”.

Ésta última es de mucha importancia, porque a partir de su contenido, se conoció parte del contexto histórico de Radio Guazapa, sus orígenes, formación, y funcionamiento de la radio, y se tuvo una visión previa de nuestro objeto de estudio. Esto permite contrastar el aspecto histórico y organizacional de la radio, con los resultados que se obtengan en esta investigación.

Otra Universidad que se visitó es la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC). En ella se encontraron dos tesis relacionadas con el tema de las Radios Comunitarias.

Una de ellas es “Las Radios Comunitarias como Medios Alternativos para la transmisión de espacios noticiosos. Caso específico: Radio Izcanal, Radio Victoria, Radio Cultural Monseñor Romero, Radio Mangle”. Esta es una monografía que analiza el papel que desempeñan las radios comunitarias como alternativa de espacios noticiosos, y estudia el papel de la Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS) en dichas radios.

Otra tesis consultada en la UTEC es “La función de las radios comunitarias como orientadoras del desarrollo local en el mundo globalizado: Caso Radio Suchitlán 1998”. Esta presenta una propuesta para orientar los recursos con los que cuentan las radios comunitarias para el beneficio y desarrollo de sus localidades, enmarcado dentro del proceso de globalización.

En este caso ambas tesis han servido para contextualizar la experiencia radial en El Salvador, a nivel nacional y muy brevemente a nivel internacional, tanto a nivel comercial como comunitario.

Pero al consultar fuentes bibliográficas, no solo se consultó documentación escrita existente en centros de estudios superiores, sino bibliografía de libros, periódicos y páginas web.

También, dentro de las fuentes consultadas en esta investigación se utilizaron diversos libros, entre los que se destacan “Comunicación Alternativa y Sociedad Civil” de Carlos Ayala Ramírez y Oscar Pérez; y “La Radio Popular Frente al Nuevo Siglo: Estudio de Vigencia e Incidencia” de André Greerts y Víctor van Oeyen.

Dichos libros sirvieron para teorizar las diferentes corrientes o denominaciones de las Radios Comunitarias a través del tiempo, también para conocer qué es una radio comunitaria, su proceso de legalización, y su evolución durante el transcurso del tiempo.

Otro libro consultado fue el “Manual de Radialistas Apasionados” de Ignacio López Vigil, del que se tomó importante información para la elaboración de la Propuesta hecha a Radio Guazapa.

Es importante también destacar la valiosa ayuda de la “Revista Latinoamericana de Comunicación, Chasqui” de 1989 que sirvió para visualizar las diferentes vertientes o cunas de las radios comunitarias.

A partir de toda la información recabada de tesis, libros, revistas, periódicos, e información de primera mano, se destacan varios aspectos en torno a las radios comunitarias en el capítulo del Marco Teórico. Información que se desglosa a continuación.

2.2. INTRODUCCIÓN DE LA RADIODIFUSIÓN EN EL SALVADOR

La comunicación es la base fundamental de toda la sociedad, ya que por medio de ella las personas pueden intercambiar ideas, mensajes y comentarios. Durante el transcurso del tiempo las formas de comunicarse han evolucionado, desde las señales de humo hasta llegar a la comunicación caracterizada por el uso de medios de gran potencia como la prensa, radio y televisión.

Cada uno de estos medios forman parte del contexto comunicacional y coyuntural de la época, en especial la radio, que llegó al país el primero de marzo de 1926 con la Radio Adolfo Quiñónez Molina (A.Q.M.)¹, denominada así por las iniciales de su nombre. Durante nueve años esta emisora fue la única en El Salvador, tiempo suficiente para que en la capital y lugares vecinos proliferaran los aparatos receptores. Cabe aclarar, que durante este tiempo los gobiernos de turno cambiaron en repetidas ocasiones el nombre de la emisora, por ser utilizada como instrumento de difusión propagandística.

Cuando el país era gobernado por el General Maximiliano Hernández Martínez, se adoptó las siglas YS (Yanqui Sierra), acatando las disposiciones internacionales que buscaban un ordenamiento en las transmisiones de radio en el continente americano.

Para esa misma época, en 1935 surgió la primera radio comercial “Y.S.P. La Voz de Cuscatlán”, siendo su propietario Fernando Alvayero Sosa, quien por ser amigo del Presidente Hernández Martínez y por trabajar en la Policía Nacional, consiguió la autorización para instalar la emisora en el cuerpo policial.

Años después, se incorporó a la radiodifusión la “Y.S.I.” de don Ricardo Ramos, la “Y.S.R. La Voz de El Salvador”, y en 1946 la “Y.S.U. La Voz Suprema del Espacio”. Para esta misma fecha nace la Asociación Salvadoreña de Radiodifusión (ASDER) cuando los

¹ CORDOVA, Alma Lorena, y MOLINA FLORES, Doris Elizabeth, (Febrero 1996) Historia de la Radiodifusión Salvadoreña. Casos específicos: YSKL, YSU y SONORA”, UES, San Salvador., El Salvador.

primeros empresarios radiofónicos unen esfuerzos por defender los intereses de sus asociados.

A partir de esta fecha, la radio como medio de comunicación se desarrolló tomando auge en la década de 1947-1957.² La radio presenta una mayor cantidad de programas y la adquisición de mejor equipo, adaptando técnicas modernas tanto en producción, transmisión y adquisición de infraestructura; lo que permitió un crecimiento en la industria de la radiodifusión, provocando lo que se conoce como la época de oro.

Esta época tuvo gran importancia, ya que muchas emisoras como YSI, Radio Intercontinental; YSR, la Voz de El Salvador; YSF, Radio Vanguardia; YSU, Noticias; YSAX y la YSABC transmitían noticieros de diversos formatos.

Pero a finales de la década de los años cincuenta, la denominada época de oro declinó por tres razones: la crisis económica que provocó despidos masivos, la sustitución de programas a base de discos ya que resultaba más barato, y el surgimiento de la televisión.

En la actualidad existen muchas radios comerciales que se caracterizan por representar los intereses del mercado y del Estado, responder a estrategias neoliberales y sirven como vehículos de propaganda y publicidad.

El pensamiento de la industria de la comunicación, ha permitido que las radios comerciales difundan una cultura neoliberal, donde el medio-servicio cedió su lugar al medio-empresa, por eso la existencia de los medios cada vez más monopolizados hace que la mayor parte de la información quede supeditada a sus propios intereses.

Es decir, la competencia y rentabilidad pretenden convertirse “en los nuevos referentes de la vida social, exacerbando la carrera por ganar y poseer”.³

² Ídem, Pág. 10

³ PÉREZ, Oscar y AYALA RAMÍREZ, Carlos, (1997) La Radio Comunitaria en El Salvador, pág. 63

Esto se convierte en un obstáculo para la radiodifusión, que según la Declaración Universal de Derechos Humanos (1995) “la sociedad civil puede y debe ejercer la libertad de expresión a través de los medios de comunicación, propios y ajenos, que le den voz e imagen públicas y le permitan ser sujeto de su propio desarrollo”.⁴

La comunicación alternativa surge como una respuesta a esta declaración, y busca superar este obstáculo abriendo un espacio para la sociedad civil a través de las radios comunitarias porque la comunicación alternativa rompe el esquema unidireccional elitista de la comunicación dominante (comercial), y busca favorecer la participación de la sociedad en el ámbito político, social y cultural.

Las radios comunitarias o alternativas se caracterizan porque representan los intereses de la sociedad civil y sus necesidades de comunicación para poder incidir en la opinión pública.

Tanto las radios comerciales como las comunitarias tienen intereses y finalidades distintas. “Las primeras pertenecen a una era y una cultura mediática, es decir, dominada por la presencia de los medios masivos y redes tecnológicas; mientras que las segundas permiten a los ciudadanos en general volverse sujetos activos de la información”.⁵

Además, “ambas son heterogéneas en cuanto a su ubicación, su frecuencia (la cobertura de las radios comerciales es extensa, y las comunitarias abarcan una zona de menor tamaño poblacional- municipal, local, rural) y sus formas de coordinación a nivel nacional (ARPAS y CRC) e internacional (ALER y AMARC)”.⁶

⁴ Ídem, Pág. 62

⁵ Ibid, Pág. 63

⁶ FAGOAGA AGUILAR, Ana Cecilia y ROMERO CATIVO, Marco Antonio (1996) Tesis “La función de las radios comunitarias como orientadora del desarrollo local en un mundo globalizado. Caso específico: Radio Suchitlán”, UTEC, San Salvador, El Salvador.

La radio comunitaria es un término comunicacional, muy distinto del término de radio comercial, ya que como se puede apreciar en el siguiente cuadro⁷ existen las siguientes diferencias:

RADIOS COMUNITARIAS	RADIOS COMERCIALES
<p><i>Su gestión:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ No tiene ánimos de lucro. ✓ Prestan mayor importancia a los programas que a la publicidad. 	<p><i>Su gestión:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Se crean como negocio. ✓ Prestan mayor importancia a la publicidad que a los programas.
<p><i>Sus objetivos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Están al servicio de la mayoría. ✓ Defienden la pluralidad que se puedan expresar las minorías 	<p><i>Sus objetivos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Defienden intereses de la minoría. ✓ Prefieren la colectividad.
<p><i>Su modelo comunicacional:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Están por el derecho a la comunicación. ✓ Buscan la comunicación horizontal. ✓ Son participativas 	<p><i>Su modelo comunicacional:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Están por el derecho a la información. ✓ Tienen una comunicación vertical. ✓ No hay participación.

La primera radio que se convirtió en un espacio para denuncias públicas y propiciar el debate pacífico es la emisora de la “Radio Católica Y.S.A.X. La Voz del Arzobispado Católico” que surge en 1979 siendo el Arzobispo de San Salvador Oscar Arnulfo Romero que la puso al servicio de la población salvadoreña.⁸

Sin embargo, en el país el movimiento de las radios comunitarias cobra auge durante el período del conflicto armado con las radios clandestinas “Venceremos” y “Farabundo Martí”.

⁷ Cuadro comparativo tomado del Manual de Capacitación Radiofónica, Radio Chaguarurco.

⁸ CARBALLO PEÑA, Georgina Elizabeth; ROMERO LINARES, Ana Patricia (Septiembre, 2005) Tesis “Las Radios comunitarias como medios alternativos para la transmisión de espacios noticiosos. Caso específico: Radio Izcanal, Radio Victoria, Radio Cultural Monseñor Romero y Radio Mangle”, UTEC, San Salvador, p. 12.

En la actualidad existen alrededor de diecinueve radios con perfil comunitario, según el registro de la Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS). “Éstas se han convertido en la primera fuente de información local y regional, en espacios de encuentro y difusión de las expresiones culturales propias, en instrumentos naturales de las campañas de salud, educación, protección del medio ambiente y la promoción de los derechos humanos”.⁹

Pero a pesar de esto, las radios comunitarias han tenido limitantes, entre ellas, no cuentan con personal capacitado, poseen una cobertura local, y además funcionan bajo la frecuencia de ARPAS que es la 92.1 FM.; es decir no poseen una frecuencia propia. Esto influye en la programación y tratamiento informativo con el que cuentan.

Es por eso que surge la necesidad de realizar estudios académicos desde el área de las comunicaciones para incentivar la profesionalización del trabajo que realizan.

La presente investigación busca solventar vacíos existentes en el manejo informativo de los productos auditivos que las radios comunitarias producen diariamente; razón por la cual tomamos como sujeto de estudio a Radio Guazapa y sus producciones auditivas son el objeto a estudiar. Cabe aclarar que para conocer el tratamiento informativo de la radio no estudiamos espacios noticiosos específicamente, sino segmentos informativos que salen en la programación general de dicha radio.

El análisis de los productos informativos de dicha radio permite formular una propuesta viable que contribuya al mejoramiento de la calidad con que se trabajan los espacios informativos.

Para hablar de las Radios Comunitarias es necesario conocer este tipo de emisoras y sus corrientes comunicacionales. Además, hacer un esbozo situacional y contextual de la

⁹ PÉREZ y AYALA RAMÍREZ, Op.Cit. Pág. 70

Radiodifusión a nivel nacional, sus formas de organización, y conocer específicamente el contexto histórico y actual sobre el que trabaja Radio Guazapa.

Temáticas que no se pueden dejar de lado, para entender de mejor manera la situación que atraviesa la radio en estudio y su papel como medio comunitario, y que al mismo tiempo servirán para analizar de mejor manera su tratamiento informativo y proponer alternativas que ayuden a su programación.

2.3. CORRIENTES DE LAS RADIOS COMUNITARIAS

Desde que las radios alternativas o comunitarias alcanzaron su máxima expresión, han surgido diferentes experiencias mediáticas que han permitido a las personas volverse seres activos de la comunicación. En el caso de la radio, se identifican las siguientes corrientes: radio alternativa, educativa, popular, comunitaria y ciudadana.

Cabe mencionar que a pesar de las diferencias históricas y políticas todas tienen algunos aspectos en común, pues se estima que en América Latina existe un aproximado de mil radios que comparten las siguientes características:

- Consolidan y defienden un proyecto de radio que garantice el acceso a la palabra a todos los grupos o sectores de la población a quienes siempre se les ha negado su uso.
- Toman en cuenta las necesidades prioritarias de las comunidades a las que sirve.
- Representan la diversidad cultural del entorno.
- Apoyan y promueven los cambios sociales necesarios para lograr una sociedad más justa.¹⁰

En el marco de la denominación de las corrientes radiales se considera que la manera de nombrar a cada radio está marcada por diferentes modos de construcción de identidades, a partir de sus particularidades, de su proyecto de comunicación, y sus formas de producción, recepción, modo de relacionarse entre sí y con las audiencias.

En otras palabras, la identificación de las corrientes (alternativa, educativa, popular, comunitaria y ciudadana) dependen de las diferentes políticas del contexto y del propio rol que asuma la radio en particular.

Para efectos de una mayor comprensión a continuación se hace una pequeña referencia de cada una de las corrientes.

¹⁰ GEERTS Andrés y OEYEN, Víctor Van, (2001) La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia, ALER, Quito, Ecuador, p. 30

2.3.1. Radio Alternativa

El movimiento de las radios alternativas surge como un descontento con la función social que estaban desempeñando los medios de comunicación dominante. Hay que tener claro que lo “alternativo” no implica necesariamente una propuesta comunicacional y de sociedad propia, sino una oferta que es otra y diferente de los mass media.¹¹

Lo que comparten todas las corrientes alternativas, según María Pepino es “usar a los medios para lograr algo más que una ganancia económica y expresar discursos específicos que no son atendidos por los medios masivos imperantes”.¹²

Este tipo de radios no se basan en postulados teóricos, sino que buscan construir espacios de comunicación que trascienden el propio medio al representar proyectos de vida ligados a luchas y reivindicaciones de grupos y movimientos diversos. La radio alternativa adopta la vertiente católica, vertiente de la cual se hablará más adelante.

El inicio de la corriente alternativa se sitúa en 1947, cuando en Colombia comenzó a funcionar la Radio Sutatenza. Sus espacios radiofónicos estaban constituidos por proyectos educativos en beneficio de la población pobre de la zona rural.

2.3.2. Radio educativa

La Radio con fines educativos surge principalmente dentro de la Iglesia Católica, a partir de la experiencia de Radio Sutatenza. Esta corriente, que se caracteriza por un alto grado de servicio y de compromiso social con las causas populares, puede diferenciar tres tipos de estrategias comunicacionales, de acuerdo al contenido educativo que se plantea la emisora, esto según datos de Geerts y Oeyen:

¹¹ Ídem, Pág. 36

¹² Ibíd. Pág. 36

A) “Contenidos educativos formales”

Este tipo de radios transmiten programas educativos que brindan una segunda oportunidad a los adultos que no terminaron la escuela en su juventud. Los contenidos están dentro de las normas establecidas del Ministerio de Educación a tal grado que los alumnos reciben diplomas oficialmente reconocidos.

Las Escuelas Radiofónicas se extienden en gran parte de América Latina entre los años 60 y 70. En la actualidad aún siguen funcionando en varios países como Guatemala, Costa Rica, República Dominicana, Venezuela, Ecuador y Bolivia.

B) “Contenidos Educativos no-formales”

La emisora brinda actividades educativas organizadas y sistemáticas, pero que están fuera del sistema escolar formal. Esta educación prepara para conocimientos específicos y bien definidos, muchas veces dentro de los marcos de proyectos de desarrollo. Algunas radios ofrecen este tipo de contenidos, por ejemplo mediante programas de salud, técnicas agrícolas, crianza de animales y de agro forestación, entre otros.

C) “Contenidos educativos informales”

Las radios ofrecen programas sin organización especial, pero que, por sus contenidos y enfoques, provocan en el oyente la adquisición de conocimientos, aptitudes y actitudes. Se toma como punto de partida que los sujetos, enfrentados a esa programación radiofónica, tengan su propia capacidad para transformar lo que escuchan y darle utilidad mediante la construcción de un significado de acuerdo al contexto.¹³

2.3.3. Radio Popular

La radio popular surge de dos vertientes: una católica que nace a partir de las experiencias de la radio educativa y otra sindical, que tiene su origen en las emisoras mineras en Bolivia de los años 50 y 60 . El encuentro entre ambas vertientes se da a finales de los 70 y principios de los 80, acuñando el término “popular”, en esos años.¹⁴

¹³ Ídem. p. 31 y 32

¹⁴ Ibid. p. 33

Es de esta manera que Lamas y Villamayor consideran que las radios educativas se transforman, porque “la radio que nació educativa siguió el proceso social y político de la región y fue transformándose en radio popular. Abandonó como principal objetivo la alfabetización y la educación a distancia, para definir nuevas misiones vinculadas a la idea de cambio de la estructura de la sociedad y a la búsqueda de una sociedad justa, con solidaridad y equidad”.¹⁵

Radio popular es aquella emisora que hace más explícita su intencionalidad de carácter político; es decir un movimiento comunicacional en función de una organización social cuyo fin busca cambio, una transformación social determinada.¹⁶

A continuación se presentan algunos de los rasgos fundamentales de las radios populares:

- Tienen sentido de proyección (tiene utopías de cambio)
- Son eminentemente educativas (apoya la apropiación y profundización del saber)
- Son críticas y concientizadoras (cuestiona y forma sujetos con voz propia)
- Son participativas (apropiación del medio, democratiza la comunicación)
- Son interculturales (promueve integración desde las características propias del pueblo)
- Son relacionadoras de individuos, grupos, comunidades, permitiendo el intercambio y la unión de fuerzas.
- Son sociales (esta basada en la vida cotidiana del pueblo)
- Son útiles (de servicio social, es compañía, defiende la calidad de vida)
- Son alternativas (no responde a la lógica comercial)
- Son competitivas (disputa los primeros lugares, busca legitimar su labor)¹⁷

Sin embargo, para los años 90 el término “popular” comienza a generar polémica porque algunos pensaban que ya no se podía seguir hablando de popular y que era necesario que las radios cambiaran de “apellidos”.

¹⁵ Ídem.

¹⁶ Ibíd. p. 35

¹⁷ Ibíd. p. 35

En torno a este aspecto la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) considera que “aunque lo que nos define no es el término sino nuestra práctica, es necesario hacer una reflexión sobre este aspecto.

Hace algunos años, lo popular era un concepto restringido en el que sólo se incluían los obreros, campesinos y los sectores marginados. Hoy se asume una definición más amplia y englobante en la que caben sectores excluidos o marginados por diversas razones de los derechos y beneficios económicos, sociales y políticos de una sociedad; a quienes por su género, etnia, ubicación en el sistema productivo, localización geográfica, participación en la distribución de la riqueza, etc., padecen la discriminación y la desigualdad”.¹⁸

2.3.4. Radio Ciudadana

Este tipo de radio guarda bastante relación con las anteriores, especialmente con radio comunitaria, pues busca la construcción democrática y representan identidades culturales distintas; sin embargo “radio ciudadana” se define así porque su misión se relaciona directamente con el ejercicio de los derechos humanos.

La radio ciudadana proporciona un lugar para las personas ante el poder económico, político y social donde puede expresar y defender su cultura, identidad y pensamiento.



¹⁸ ALER, (1996) Un Nuevo Horizonte Teórico para la radio Popular en América Latina, Quito, Ecuador, p.62

2.3.5. Radio comunitaria

Esta nueva vertiente teórica es impulsada por la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) a inicios de los años 90. Su propósito es generar un gran movimiento en el continente en torno a la necesidad de democratizar la palabra de la sociedad.

Una radio comunitaria es aquella que promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses: “Si responde a los gustos de las mayorías; si informa verazmente; si ayuda a resolver los problemas de la vida cotidiana; si en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; si se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; si la palabra de todos vuela sin discriminación ni censura; si no se tolera ningún tipo de dictadura, entonces y sólo entonces, ésa es una radio comunitaria.”¹⁹

Éste es el término más reciente para designar este movimiento, pero en realidad todas las corrientes tienen los mismos principios de trabajo de la comunicación alternativa.

La comunicación alternativa tiene su razón de ser en la sociedad civil, con esos sectores que no se identifican con el Estado y el mercado:

- Parte desde la realidad y los intereses de la sociedad civil.
- Es fundamentalmente participativa, rompe el esquema unidireccional y elitista de la comunicación dominante donde el receptor pasivo se convierte en un emisor activo y consciente en el proceso de comunicación.
- Busca encauzar a la sociedad civil hacia una plena participación en las demás áreas de la vida: económica, social, política y cultural.
- Tiende a cumplir a cabalidad su rol social y de servicio público, priorizando los temas del bien común de las causas justas.

¹⁹ PÉREZ y AYALA RAMÍREZ, Op Cit. Pág. 65

- Asume un papel educativo frente al público informando más allá del suceso, contrastando puntos de vista y aportando elementos para la formación de la criticidad del receptor.²⁰

Aunque las corrientes varían en su forma de aplicar los principios, al final todas persiguen lo mismo, “Democratizar la palabra”.

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) plantea que cada radio se llama de forma diferente en cada país: Libres en Brasil, Truchas en Argentina, Participativas en Nicaragua, Populares en Ecuador, Indigenistas en México, Comunitarias, Alternativas o Populares en El Salvador, etc., pero todas tienen el mismo fin de “Democratizar la palabra de la sociedad civil”.²¹

De esta forma quedan planteadas las diferentes corrientes comunicacionales en la radiodifusión comunitaria. Todas las corrientes tienen algo en común, persiguen y luchan democráticamente porque la voz sea de todas y todos, y porque se viva en un mundo libre de injusticias.

Además, todas pertenecen al gran movimiento alternativo de comunicación que no va en contra de los mass-media, sino que es un enfoque diferente de comunicación para la sociedad civil.

²⁰ ARPAS, (1999), La comunicación Alternativa de América Latina, Balances y Retos. Foro sobre democratización de la Comunicación.

²¹ GEERTS y OEYEN, Op. Cit. p. 36

2.4. VERTIENTES DE LAS RADIOS COMUNITARIAS

La comunicación es una parte fundamental del ser humano que permite hacer y sentir los derechos y obligaciones que cada miembro de la sociedad tiene.

Pero la concentración de los medios en unas pocas manos, clase dominante, no ha permitido que éstos sean abiertos y democráticos para que las personas expresen sus ideas, intereses, problemas, sueños, propuestas, soluciones, etc., a través de esa comunicación primordial que identifica a los seres humanos.

En respuesta a esta situación “surgen los medios alternativos que abanderan una comunicación alternativa y participativa que rompe con el esquema unidireccional y elitista de la comunicación dominante. También favorecen la participación de la sociedad civil en el ámbito político, social, económico y cultural”.²²

Con relación a esto, surge una serie de corrientes radiales a nivel mundial conocidas de distintas formas en cada país debido a que pertenecen a realidades y coyunturas diferentes.

Estas experiencias radiales tienen tres vertientes fundamentales:

2.4.1. Vertiente Católica

En 1947 en Sutatenza, Colombia, surge la Radio Acción Cultural Popular (ACPO), mejor conocida como Sutatenza, que fue impulsada por el Padre Joaquín Salcedo. Para muchos es considerada como la precursora de las experiencias educativas en radio a nivel latinoamericano.

Dicha radio tenía como características básicas “alfabetizar y evangelizar a todo dar”, cabe aclarar que esta era su consigna.²³

²² PÉREZ y AYALA RAMÍREZ, Op. Cit. p. 43

²³ Radio Popular, (1989), Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, No. 32, p.58

Pero, al poco tiempo del funcionamiento de este movimiento católico de radios, las personas se dan cuenta que la alfabetización y evangelización no solucionan los problemas de marginación. Así, nacen nuevos proyectos de educación y comunicación por radio.²⁴

2.4.2. Vertiente Sindical

En forma casi simultánea a las experiencias católicas creció particularmente en Bolivia, la Radio Sindical, por los años 50 y 60.

Eran radios que informaban de actividades gremiales, hacían propagandas de sus luchas y defendían sus culturas, prácticamente eran emisoras de carácter fabril y campesinas, cuya consigna rezaba de la siguiente manera “concienciar y luchar para el mundo transformarlo”²⁵

Es en 1952 que se inaugura la primera emisora de esta clase llamada “La Voz del Minero” en el campamento de Bolivia. Poco a poco se fueron transformando hasta llegar a la década de los 70.

2.4.3. Vertiente de Paulo Freire

En la década de los 70 y 80 florece otra experiencia de educación popular en casi toda América Latina, impulsada por Paulo Freire. En el nordeste brasileño, su propuesta de una pedagogía liberadora, inspira a muchos grupos cristianos y progresistas.

Es una educación orientada a la organización popular y transformación de la sociedad a través de horas presenciales en la misma comunidad y transmisiones radiofónicas.

Es así, como Freire implementa su principio del desarrollo local, afirmando que la educación no se limita a la radiodifusión, sino que permite la participación de grupos sociales en el desarrollo de distintas actividades.

²⁴ Ídem. p. 58

²⁵ Ibid. p. 59

Este método apunta hacia “un mundo menos feo, menos malvado, menos deshumano”, “viviendo hacia el amor y la esperanza”.²⁶

Es así como los movimientos izquierdistas adoptan estas posturas, impulsando de esta forma las Radios Populares. Cabe aclarar que esta vertiente surge de la unión de la vertiente católica y la sindical.

Es en las Islas Canarias de España donde se gesta el nuevo modelo de educación, específicamente en la Emisora Cultural de Canarias (ECCA), que superaba a la Sutatenza.

Para 1971, Radio Santa María en la República Dominicana, comienza a implementar el modelo ECCA. Luego el sistema se difundió a Costa Rica, Venezuela, Bolivia y Ecuador. Los sacerdotes Jesuitas son sus principales impulsores.

En 1972, “Las Hijas de Sutatenza y de ECCA” fundan la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Las instituciones fundadoras coinciden en “la importancia de hacer educación por radio y su vinculación con el movimiento popular. Adoptan como una de sus líneas de trabajo la comunicación al servicio de la educación y de la organización popular”.²⁷

²⁶ ALCÁNTARA GARCÍA, José Domingo y HERNÁNDEZ MEJÍA, María Guadalupe (1999), Paulo Freire. Semblanza Geográfica, www.uasnet.mx/eise/rev/cero/freire

²⁷ Radio Popular, Op. cit. p. 60

2.5. SURGIMIENTO DE LAS RADIOS COMUNITARIAS A NIVEL MUNDIAL Y AMÉRICA LATINA

El nacimiento de las radios comunitarias en el mundo, se da gracias a los movimientos de liberación que impulsaron diversos sectores organizados de la sociedad civil, quienes consideraban que los gobernantes de turno junto a los grandes empresarios no les permitían el acceso a los medios de comunicación social, sobre todo en el área de la radiodifusión.

Es así, como estos movimientos comienzan a fructificar con el “aparecimiento de las transmisiones artesanales realizadas por grupos radicales de la región africana, quienes transmitían la señal desde las aguas del Mar Mediterráneo hacia las costas de Argelia”.²⁸

A estos intentos de radiodifusión, que no contaban con una reglamentación respectiva, se les llamó “Radios Piratas”. Estas radios comienzan a popularizarse en parte de Europa Central.

Así, las “Radios Comunitarias aparecen a mediados del siglo XX entre 1940, en Europa, en países como Noruega y Dinamarca, entre otros”.²⁹

Simultáneamente, el inicio de la corriente alternativa en América Latina se sitúa en 1947, cuando en Colombia comenzó a funcionar la Radio Sutatenza. Sus espacios constituyen proyectos educativos que benefician a la población pobre de la zona rural.

Así, en Latinoamérica comienzan a expandirse en Chile, Bolivia, Colombia, Ecuador y otros países este tipo de radios que dan otro concepto en comunicación radiofónica.

²⁸ CARBALLO y ROMERO, Op. Cit. p. 5 y 6

²⁹ FAGOAGA y ROMERO, Op. Cit, p. 01

Por su parte, en el otro lado del mundo, las radios comunitarias iniciaron con más énfasis en 1968, con los movimientos estudiantiles. En 1969 se inicia esta experiencia en Eslovenia, como una expresión del movimiento del 68, en Europa.

En los años 70 y 80 aparecieron muchas radios: en Francia operan unas 600, en Italia funcionan estaciones comunitarias después de la Declaración de la Corte Suprema sobre la ilegalidad del monopolio de los medios del Estado.

En África, el proceso de apertura se da en los años 90 después de la revolución de Malí, estableciendo en años posteriores más radios en las zonas rurales. En Sudáfrica, después del fin del Apartheid, hay una Ley de Comunicación que reconoce a los tres sectores de medios: los de servicio público, los comerciales y los comunitarios.

La mayoría de países africanos tiene un nivel de reconocimiento para el sector comunitario. “En Indonesia, Filipinas, Tailandia también se goza de cierto reconocimiento. Sin embargo, en otros países, la experiencia de radios comunitarias todavía está iniciando”.³⁰

Algo común en cualquier parte del mundo es que la radio comunitaria es definida a partir de tres aspectos: es una actividad sin fines de lucro, la comunidad tiene control sobre ella y los ciudadanos participan.

³⁰ REYES ISLAS, Laura y BUCKLEY, Steve, Los 11 permisos son el comienzo, www.etcetera.com.mx/pag066ane61.asp

2.6. LAS RADIOS COMUNITARIAS EN EL SALVADOR

Las radios comunitarias tienen sus inicios en El Salvador a finales de los ochenta y principios de los noventa, como una opción de comunicación popular y alternativa, que surgieron para expresar el sentir y pensar de las comunidades.

Sin embargo, desde antes se generaron algunos intentos por apoyar a los sectores más pobres y marginados del país, ya que desde 1979 se produjeron los primeros programas con características comunitarias.

La Radio YSAX, “Voz oficial del Arzobispado Católico”, incluyó sus primeros programas que apoyaban a los sectores más vulnerables, por eso se pueden catalogar como alternativos”.³¹

Luego, surgen las radios clandestinas como la Radio Venceremos en 1981 y la Radio Farabundo Martí, en 1982. “La relevancia de estas radios radicó en que informaban sobre operaciones militares, denuncias de la población y sobre el conflicto armado que iniciaba en el país”.

Estas radios logran captar la atención y la credibilidad del oyente por sus informaciones y críticas contra el gobierno de turno, y porque durante el conflicto armado se convirtieron en las experiencias y vivencias de los efectos del conflicto en el área rural.

La transmisión de Radio Venceremos era en cuatro espacios diarios. Con la ayuda de un transmisor Vikingo, transmitía todos los días. “La Radio Farabundo Martí informaba por medio de sus espacios noticiosos sobre ataques, tomas y avances de la guerra, así como fiestas populares”.³²

³¹ CARBALLO y ROMERO, Op. Cit. p. 12

³² FAGOAGA y ROMERO, Op. Cit. p. 11

En 1986, el Arzobispado de El Salvador, apoyado por la YSAX, promueve programas de alfabetización de tipo comunitario como el “Programa de Alfabetización Básica para Adultos (PEBA)” que promueve la comunicación colectiva y la educación de personas de bajos recursos económicos; con la ayuda de emisoras de radio, material impreso y comunidades cristianas.

Para esa época, las emisoras YSAX, Venceremos y Farabundo Martí, se convierten en las alternativas de comunicación radiofónica de las clases populares, debido al poco o ningún acceso que se tenían a los medios de comunicación, que en ese entonces estaban controlados por la empresa privada y el Estado.

“En 1991, como producto de un grupo de repatriados salvadoreños que se establecieron en el municipio de Meanguera, departamento de Morazán, surge la Radio Segundo Montes, orientada a la comunidad”.³³

Esta radio es la primera en constituirse como Emisora Comunitaria Local, ya que “cuenta con la participación de miembros de la localidad, quienes fueron capacitados para conducir la programación y producción de la emisora, propiciando el desarrollo comunal y cultural. Inicia su transmisión gracias a la donación del transmisor Vikingo que les dona la Radio Venceremos, luego de que esta adquiriera uno más moderno y potente”.³⁴

Durante el proceso de los Acuerdos de Paz se aborda el tema de los medios de comunicación, pero las partes involucradas en la negociación no tocan la temática en toda su complejidad.

En Julio de 1990, en el Acuerdo de San José Costa Rica sobre los Derechos Humanos, se expresa en el numeral cinco que se dará plena garantía al derecho de asociarse libremente con fines ideológicos, religiosos, políticos, etc.; y el numeral seis afirma que se dará plena garantía a la libertad de expresión y de prensa, al derecho de respuesta y al

³³ CARBALLO y ROMERO, Op. Cit. p. 13

³⁴ FAGOAGA y ROMERO, Op. Cit. p. 12

ejercicio del periodismo. Estos son los únicos dos numerales que hacen referencia a la situación de los medios de comunicación, avances que fueron mínimos en esta materia durante el Proceso de los Acuerdos de Paz.

En 1992, con la Firma de los Acuerdos de Paz, se legalizan las radios clandestinas Farabundo Martí y Venceremos, trasladando sus equipos de transmisión a San Salvador, y constituyéndose en una opción de comunicación popular.

El escenario político generado por los Acuerdos de Paz, permite que surjan otras radios comunitarias como: “Teo Radio, en Teotepeque; Radio Excel, en Zaragoza, (ambas del departamento de La Libertad); Radio Nejapa, en Nejapa (San Salvador); Radio Suchitlán, en Suchitoto (Cuscatlán); Radio Sumpul; en San Antonio Los Ranchos (Chalatenango); Radio Tecoluca, en Tecoluca (San Vicente); Radio Victoria, en Ciudad Victoria (Cabañas); Radio Izcanal, en Nueva Granada; Radio Cooperativa, en Santa Elena (ambas de Usulután); Radio Segundo Montes, en Meanguera (Morazán); Radio Stereo Presencia (en Santa Rosa de Lima (La Unión); la mayoría de ellas transmitiendo en frecuencia modulada (f.m.) sin autorización”.³⁵

Para esa época, las radios comunitarias, en su mayoría no poseen una frecuencia asignada del dial, ya que sus transmisiones aún son consideradas como medio de propaganda y difusión de espacios de la izquierda.

³⁵ CARBALLO y ROMERO, Op. Cit. p. 13

2.7. PROCESO DE LEGALIZACIÓN DE LAS RADIOS COMUNITARIAS

Desde sus inicios las radios comunitarias buscan alternativas para transmitir legalmente; sin embargo, la Ley de Servicios de Telecomunicaciones no estipula la existencia de las radios comunitarias.

Bajo esa situación de ilegalidad, las radios comunitarias se organizan y expresan su necesidad y deseo de acceder al uso legal de una frecuencia, necesidad que es enviada a la Administración Nacional de Telecomunicaciones (ANTEL) (actualmente sustituida por la Superintendencia Nacional de Electricidad y Telecomunicaciones SIGET), quienes funcionaban como reguladores del sistema de frecuencias radiales, televisivas y telefónicas.

Los trámites de legalización inician en 1991 con ANTEL, quienes negaron las licencias de transmisión, argumentando que “el espectro radiofónico estaba saturado” y era evidente la falta de espacios para la asignación de frecuencias del dial.

Posterior a eso, se inicia una campaña de cierre de las radios comunitarias, imponiendo una multa porque las radios transmitían sin la debida licencia de operación y sin frecuencia asignada.

El 4 de diciembre de 1995, 11 radios fueron allanadas y decomisado su equipo, sin ningún documento judicial que amparara su acción. “El Sr. Juan José Doménech que para esa época era Presidente del extinto ANTEL, manda a la Policía Nacional Civil (PNC) a incautar el equipo de dichas emisoras. En algunos casos la Policía procedió con violencia y prepotencia”.³⁶

³⁶ VIDES, Héctor (2006) Entrevista. Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador.

Algunas de las radios afectadas fueron:

<input type="checkbox"/> Radio Segundo Montes	Meanguera, Morazán
<input type="checkbox"/> Radio Sumpul	Guarjila, Chalatenango
<input type="checkbox"/> Radio Izcanal	Nueva Granada, Usulután
<input type="checkbox"/> Radio Ulúa	Cacaopera, Morazán
<input type="checkbox"/> Radio Cooperativa	Santa Elena, Usulután
<input type="checkbox"/> Radio Victoria	Villa Victoria, Cabañas
<input type="checkbox"/> Radio Suchitlán	Suchitoto, Cuscatlán
<input type="checkbox"/> Radio Excel	Zaragoza, La Libertad
<input type="checkbox"/> Teo Radio	Teotepeque, La Libertad
<input type="checkbox"/> Radio Nejapa	Nejapa, San Salvador ³⁷

En el caso de Radio Sumpul, en Chalatenango, “las personas de la comunidad no permitieron que la Policía sacara equipos, ya que rodearon la radio y la salida”.³⁸

Las radios incautadas transmitían a baja frecuencia y por lo menos cuatro de ellas se estaban formadas de gente que venía repoblada de los campamentos de refugiados en Honduras.

Entre 1987 y 1989 se habían formado estas emisoras, pero no como radio, sino como circuitos cerrados de información (conocidos como sonidos locales); es decir, “no eran ni radios sino que transmitían por parlantes que se activaban prácticamente con los sistemas de alerta temprana ante la misma situación del conflicto armado, que para esa época estaba en auge, por ataques de la fuerza aérea”.³⁹

³⁷ Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS), “Comunicado de prensa”, 5 de noviembre de 2005.

³⁸ TRUJILLO, Carolina Marisol, RODRÍGUEZ VICHES, Alma Lucia, y MARTÍNEZ MARTÍNEZ, Tania Margarita, (2004) Tesis “Diagnóstico Comunicacional de Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador p. 34.

³⁹ VIDES, Héctor, Op. Cit.

Para esa época la mayoría de las emisoras trabajaban con transmisores pequeños, una grabadora de prensa, un micrófono, la antena puesta en un árbol ubicada cerca del lugar de transmisión, con muy mala señal y durante dos o tres horas diarias, para informar a su comunidad, a su gente, a las repoblaciones, o a la gente cercana sobre el acontecer y el análisis de la situación.

Los medios de comunicación incluyen el tema de las Radios Comunitarias en su agenda informativa, y a través de ellos se emiten comunicados de prensa en donde se dan a conocer las distintas posturas sobre el caso:

- El Diario de Hoy publica el 5 de diciembre de 1995 la noticia “Policía Nacional Civil allana Radios Comunitarias”.
- Para esa misma fecha la Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS) emite un Comunicado de Prensa en el que se dan a conocer las radios afectadas y la baja potencia con la que transmiten estas emisoras. Además, al final del comunicado se pide la intervención de la Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos.
- Una nota publicada por el Diario Co Latino de esa misma fecha plantea: “Un operativo contra las Radios Comunitarias”.
- Por su parte ANTEL emite un comunicado el Jueves 7 de diciembre de ese año, en El Diario de Hoy, argumentando que el decomiso del equipo se debe a que el establecimiento, instalación de equipo y operación de una estación de radio, están sujetas a la autorización de conformidad a lo que estipulan los reglamentos de la que en ese entonces era ANTEL.
- El mismo Jueves 7 de diciembre la Asociación Salvadoreña de Radiodifusoras (ASDER) expresa públicamente que la acción tomada por ANTEL y la PNC se hace con el objeto de evitar la anarquía y el desorden en el dial.⁴⁰
- Por su parte, la Procuraduría se pronuncia ante el caso, en una noticia publicada el 8 de diciembre en el Diario Co Latino, que lleva por título “Procuraduría lamenta cierre de Radios Comunitarias”.

⁴⁰ TRUJILLO, RODRÍGUEZ y MARTÍNEZ, Op. Cit. p. 35

- En un Editorial del Diario Co Latino, emitido ese mismo día (8 de diciembre), se afirma que ANTEL confirma su negativa de conceder la frecuencia a las radios comunitarias, por razones políticas, ya que según ellos el FMLN quiere instalar otras radios comunitarias”
- Para esa fecha, se publica una nota en el Diario El Mundo, donde Juan Domenech declara que al caso de las radios comunitarias corresponden planes políticos.

Ese mismo día (Viernes 8 de diciembre), ARPAS interpone un Recurso de Amparo ante la Sala de lo Constitucional de la Corte Suprema de Justicia, por el cierre e incautación del equipo de 11 radios.⁴¹ Recurso que estuvo bajo la representación del Lic. Ricardo Iglesias y con el respaldo del Centro de Estudios para la Aplicación del Derecho (CESPAD).

El Recurso de Amparo se interpone argumentando las siguientes violaciones:

- ✓ La violación al derecho de petición y respuesta, reconocido en el Art. 18 de la Constitución de la República, el cual plantea que “Toda persona tiene derecho a dirigir sus peticiones por escrito, de manera decorosa, a las autoridades legalmente establecidas; a que se le resuelvan, y a que se le haga saber lo resuelto”⁴². Puesto que ANTEL no habría respondido legalmente a las solicitudes de frecuencias presentadas por las radios comunitarias desde 1991.
- ✓ La violación al Art. 6 de la Constitución de la República, el cual prohíbe que los equipos de cualquier medio de difusión sean incautados. El Art. 6 especifica que “Toda persona puede expresar y difundir libremente sus pensamientos siempre que no subvierta el orden público, ni lesione la moral, el honor, ni la vida privada de los demás. El ejercicio de este derecho no estará sujeto a previo examen, censura ni caución..... En ningún caso podrá secuestrarse, como instrumentos de delito, la imprenta, sus accesorios o cualquier otro medio destinado a la difusión del pensamiento.....”.⁴³

⁴¹ VIDES, Héctor, Op. Cit

⁴² Secretaría de Información de la Presidencia de la República (1983), “Constitución de la República de El Salvador”, San Salvador, El Salvador, p. 6

⁴³ Secretaría de Información de la Presidencia de la República, Op. Cit. p. 5 y 6

- ✓ La ilegalidad de las actuaciones del Presidente de ANTEL, el Sr. Juan José Doménech, quien no estaba facultado legalmente para imponer multa, ordenar el cierre de las radios y ordenar a la PNC el incautamiento del equipo. Por su parte, la PNC actuó fuera del ámbito de su competencia en materia de seguridad pública al atender una petición emanada por una autoridad civil y no judicial.

El 29 de enero de 1996, la Sala de lo Constitucional de la Corte Suprema de Justicia resolvió que ANTEL tenía que devolver el equipo incautado, anular las multas que se les había impuesto a las radios comunitarias, y permite nuevamente la transmisión de las radios, mientras la Corte no llega a una decisión final.⁴⁴

Durante ese año (1996), las radios comunitarias de El Salvador, impulsan nuevamente acciones encaminadas a la legalización de sus frecuencias ante ANTEL, pero sus esfuerzos fueron infructuosos en esa oportunidad.

Ante esa negativa, las radios comunitarias solicitan ayuda a la Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos, la Misión de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el Cuerpo Diplomático y la Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS).

Para ese año (1996), el Nuevo Proyecto de Ley de Telecomunicaciones de ANTEL está en proceso de elaboración, y el 28 de febrero ARPAS solicita una copia del mismo.

La Ley de Telecomunicaciones que recién comienza a estudiarse en la Asamblea Legislativa, presenta diversas esferas entre los propietarios de estaciones radiales donde se dan fraccionamientos.

Por un lado, mientras algunas radiodifusoras privadas de El Salvador se declaran en estado económico crítico, la normativa les amenaza con el pago al derecho del uso del

⁴⁴ CARBALLO y ROMERO, Op. Cit. p. 15 y 16

espectro radioeléctrico o frecuencia. Por otro lado, algunas emisoras radiofónicas afiliadas a la Asociación Salvadoreña de Radiodifusores (ASDER) deciden renunciar.

ARPAS por su parte, considera que este anteproyecto tiene vacíos que frenarán el proceso de desarrollo de las comunidades en donde las Radios Comunitarias operan.

Y en el ámbito religioso, el Obispo de San Salvador, Fernando Sáenz Lacalle se mostró a favor de la libertad de expresión en una noticia publicada en El Diario de Hoy el 17 de agosto de ese año. Además, señala la falta de una legislación adecuada.

Seis meses después, el 26 de agosto de 1996 ARPAS y la Fundación de Estudios para la Aplicación del Derecho (FESPAD) presentaron una Contrapropuesta de Ley de Telecomunicaciones ante la Asamblea Legislativa. Iniciativa que no prosperó ni fue tomada en cuenta, por no ser favorable para los intereses de las empresas privadas y grupos de poder.

A menos de un mes de la presentación de la Contrapropuesta de ARPAS, el miércoles 11 de septiembre, se aprueba la Nueva Ley de Telecomunicaciones con cuarenta y cuatro votos a favor (de los cuales cuarenta fueron de ARENA), Ley que fue aprobada sin considerar la existencia de las radios comunitarias.⁴⁵

La Nueva Ley de Telecomunicaciones es aprobada por la Asamblea Legislativa en el mismo paquete con el que se vendió ANTEL y se crea la Compañía de Telefonía de El Salvador (CTE) para privatizar y vender los teléfonos. Con la creación de la nueva Ley de Telecomunicaciones se da la creación de la Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones (SIGET).⁴⁶

⁴⁵ El Diario de Hoy. Nota publicada el 12 de septiembre. 1996.

⁴⁶ VIDES, Héctor, Op. Cit.

Ante la aprobación de esta Ley se dan muchas reacciones. Entre ellas:

- ✓ La Procuradora para la Defensa de los Derechos Humanos externa su preocupación por lo que podría suceder con las radios comunitarias.⁴⁷
- ✓ Los diputados Jorge Villacorta del Centro Democrático Unido (CDU) y Arturo Argumedo del Partido Demócrata Cristiano (PDC) presentan un recurso de inconstitucionalidad ante la Asamblea Legislativa por la aprobación de la Ley.
- ✓ El Centro para la Defensa del Consumidor (CDC) pide vetar la Ley de Telecomunicaciones ya que según ellos viola la Constitución en sus artículos 101, 102 y 110, así como el hecho de fomentar las prácticas monopolizadas.
- ✓ El jueves 19 de septiembre, ARPAS publica un comunicado ante la opinión pública titulada “La Ley de Telecomunicaciones nos quiere quitar la palabra”.⁴⁸

Una vez privatizada ANTEL, desaparece y da paso a la SIGET, que tiene como objetivo regular la competencia entre las emisoras y establecer el tipo de control para no permitir el abuso de operadores y distribuidores de energía y telecomunicaciones.

Aunque ARPAS solicita en la contrapropuesta que un 30% del dial se utilice para fines comunitarios, populares y participativos (petición que no fue otorgada), la SIGET les da frecuencia a la mayoría de las radios comunitarias, frecuencias muy locales y pequeñas como la del 90.5 FM.

En su reforma también se menciona como ancho de banda en Frecuencia Modulada (FM.) una separación de canales de 400 Mhz. y no de 200 Mhz., quitándoles la posibilidad a las radios participativas de funcionar en canales intermedios que habían sido solicitados por éstas.⁴⁹

⁴⁷ El Diario de Hoy. Nota publicada el 13 de septiembre de 1996.

⁴⁸ Co Latino. Nota publicada el 19 de septiembre de 1996

⁴⁹ PÉREZ y AYALA RAMÍREZ, Op. Cit. p. 70

También, en la nueva y actual Ley de Telecomunicaciones se afirma que existen tres tipos de radios, definidos por su cobertura en locales, regionales y nacionales. Con esto no reconoce a las Radios Comunitarias como tales (petición que ARPAS presentaba en la contrapropuesta).⁵⁰

Todas estas medidas vinieron a perjudicar los intereses de las radios comunitarias que habían demostrado la factibilidad de optimizar y ampliar el espectro radioeléctrico utilizando los canales intermedios como mecanismo para la democratización de la palabra.

Según Héctor Vides, Director Ejecutivo de ARPAS, “una radio comunitaria como tal debe ser propiedad de la comunidad donde trabaja. A la vez, reconoce la colaboración y el apoyo que se recibe de asociaciones sin fines de lucro que trabajan en pro del desarrollo local y humano”.⁵¹

Aunque las acciones por la legalización de las frecuencias de las radios comunitarias no tuvo los resultados esperados, ARPAS sigue luchando porque el Estado reserve para la radiodifusión comunitaria un porcentaje del espectro radiofónico.

Después de varios intentos y trabas en la lucha por obtener una señal en el espectro radiofónico, ARPAS compra la frecuencia del 92.1 en Frecuencia Modulada (FM.). Desde entonces este ha cedido su espacio a las radios comunitarias que siguen trabajando.

⁵⁰ VIDES, Héctor, Op. Cit.

⁵¹ *Ibíd.*

2.8. FORMAS DE COORDINACIÓN

Debido a su carácter alternativo y menos comercial, las radios comunitarias muchas veces no generan las condiciones económicas necesarias. Por ello, reciben ayuda para su funcionamiento (como capacitaciones, infraestructura, instalación de equipos) provenientes de organismos humanitarios e inclusive de comunidades de América y Europa, como la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) dedicadas a formar una nueva generación de personal capacitado en el área de la radiodifusión.

Las asociaciones y coordinadoras nacionales proporcionan principalmente: “la red informativa nacional, la representación, capacitación, asesoría en producción radiofónica, gestión, tecnología y apoyo jurídico (la lucha por la legalidad). También ayudan en el intercambio de experiencias, la gestión central de publicidad, convenios, los servicios técnicos, y promueven la relación con redes internacionales”.⁵²

La mayoría de radios comunitarias están relacionadas con estas redes latinoamericanas. Para el caso, las redes más mencionadas dentro del país son ALER y AMARC.

La forma de coordinación de las radios comunitarias a nivel nacional está a cargo de la Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS).

Las formas de coordinación de las radios comunitarias son a nivel nacional como internacional. A continuación se mencionan y explican algunas de las formas existentes de coordinación.

⁵² GEERTS y OEYEN, Op. Cit p. 190

2.8.1. Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER)

La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) nace en 1972 con la misión de “fortalecer el movimiento de radio popular y la democratización de las comunicaciones en América Latina y El Caribe, para contribuir a la constitución de sociedades democráticas y participativas donde los pobres sean protagonistas de su propio desarrollo”.⁵³

Son dieciocho instituciones de la educación radiofónica las que fundan, en Colombia, la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Sus líneas de trabajo son básicamente, capacitaciones, publicaciones e investigaciones. Esta Asociación tiene actualmente su sede en Quito, Ecuador.

La admisión de afiliadas es competencia de la Asamblea General. Casi el 80% de las afiliadas actuales son radios, el 15% centros de producción y las demás coordinadoras nacionales.

En total trabajan 21 personas en la Secretaría Ejecutiva, que se encargan de proporcionar los siguientes servicios a las afiliadas: Redes de comunicación continental y regional (el programa “América Latina en Red” que interconecta a las radios por un sistema de transmisión satelital), capacitación, investigación (para que las radios se apropien de los métodos, instrumentos, y capacidad de realizar estudios cada vez con mayor independencia), publicaciones (tiene 47 títulos propios), técnicos, búsqueda de la publicidad internacional, apoyo en planificación y evaluación de proyectos, y producción radiofónica.⁵⁴

Aunque ALER no realiza producciones radiofónicas para terceros, ocasionalmente co-produce programas especiales con otras instituciones.

⁵³ Boletín emitido por ALER

⁵⁴ GEERTS y OEYEN, Op. Cit. p. 207

Todas las coordinadoras nacionales están orgánicamente vinculadas con ALER. Esta tiene socias en toda América Latina y en cada país trabaja con coordinadoras. En el caso de El Salvador, la coordinadora de radios afiliadas a ALER es ARPAS.

2.8.2. Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC)

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) es un referente organizacional, político y comunicacional constituido en torno a las radios comunitarias. Está reconocida como un organismo no gubernamental internacional (ONGI), de carácter laico y sin fines de lucro.

Surge en agosto de 1983, como un esfuerzo conjunto de 600 radialistas provenientes de 36 países que hacían un tipo de radio diferente; personas que se reúnen en Montreal, Canadá, con ocasión del Año Internacional de las Comunicaciones promovido por Naciones Unidas.

Estas personas trabajan por hacer un tipo de radio dedicado a la comunidad y al desarrollo de la misma; llegando a la conclusión de que ésta era otra forma de hacer comunicación a través de la radio. Surge de la sociedad civil que se organiza en función de hacer radio para la comunidad.

La Secretaría General de AMARC está en Montreal (Canadá). Trabaja a nivel mundial por Regiones, de las cuales actualmente tiene cinco: Canadá y Estados Unidos, América Latina, Asia y Oceanía, África, y Europa.

En la Región de América Latina que incluye a El Caribe, la Asociación fue fundada en 1990. Hoy AMARC-ALC (América Latina y el Caribe) cuenta con 400 asociadas y 18 Representantes Nacionales que impulsan las actividades de la asociación en sus respectivos países.

AMARC trabaja de forma horizontal y descentralizada. En cada Región, la descentralización la hace a través de Sub-regiones. En América Latina AMARC-ALC trabaja con 6 Sub-regiones: Brasil; el Cono Sur (Paraguay, Uruguay, Chile y Argentina); la Andina (Colombia, Venezuela, Perú, Bolivia, Ecuador); la Caribeña (Haití, República Dominicana y Cuba); México, y Centroamérica (desde Guatemala hasta Panamá).

Es decir, que AMARC-CA. (Centroamérica) funciona como una Sub-región de AMARC-ALC (América Latina y El Caribe), y esta última es una Región de AMARC Mundial. Por lo tanto AMARC El Salvador es filial de AMARC-CA.

En Centroamérica hay un Consejo Sub-regional que es la Junta Directiva de CA. Este está formado por un representante de cada país desde Guatemala hasta Panamá. Cada tres años se reúnen los socios de cada país y eligen a un representante nacional. En nuestro país, la Representante de AMARC El Salvador es la Licda. Dina Sales, quien a su vez forma parte del Consejo Sub-regional de Centroamérica.

Cada Consejo Sub-regional elige a un Coordinador Sub-regional que funge como Coordinador Operativo de la sub-región. Actualmente el Lic. Oscar Pérez es quien desempeña el cargo como Representante de AMARC-CA.

Las tareas y actividades de AMARC-ALC se organizan en cinco programas: Legislaciones y Derecho a la información (brinda asesoría jurídica y técnica, investigaciones, monitoreo permanente a las radios asociadas para defender y ejercer sus derechos); Género (promueve la discusión en las radios comunitarias desde una perspectiva de género, apoya el trabajo de las mujeres con la formación e intercambio de información y experiencias entre mujeres de dichas emisoras); Agencia Informativa Púlsar (ofrece información de América Latina y el mundo sobre temas de interés, por correo electrónico); Capacitación (da talleres de producción radiofónica, fabricación de pequeñas emisoras, asesorías, etc.); y Gestión (envíos mensuales de producciones, folletos y otros materiales; fortalecimiento institucional, intercambios de producciones y personas, etc.).

Asimismo existen proyectos conjuntos de AMARC-ALC y la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) como: Centroamérica en Sintonía, la investigación “La Práctica Inspira”, y el proyecto financiado por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).⁵⁵

Los miembros de AMARC pueden ser aquellas emisoras, centros de producción, asociaciones o personas individuales que concuerden con los principios de la misma; y se clasifican en regulares y asociados. Ambos tienen derecho a voto, sin embargo solo los primeros pueden ser elegidos para cargos en la Asociación.

Los socios de AMARC asisten a las capacitaciones que ésta da, sin embargo cabe aclarar que son eventuales, y que muchas veces no llenan las expectativas de los involucrados por tratarse de programas que no son diseñados a largo plazo ni tienen continuidad.

Otra desventaja de la Asociación es que como tal no obtiene ingresos fijos, sino que trabaja con el apoyo financiero de otras ONG`S y por lo tanto tampoco ayuda económicamente a las radios comunitarias, sino solo sirve como intermediaria o para gestionar cualquier apoyo (económico, de equipo, infraestructura, capacitación, etc.) que una radio comunitaria requiera de otra institución.

2.8.3. Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS)

La Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS) nace el 26 de febrero de 1994 durante la Primera Asamblea General de Radios Comunitarias. Esta fue fundada con el objetivo de “agrupar los esfuerzos alternativos en el área de la comunicación radiofónica en El Salvador, y convertirse así en una red de expresión de la sociedad civil que contribuyera en la consolidación del nuevo proceso de paz y democratización del país”⁵⁶

⁵⁵ ARPAS (2006), <http://www.arpas.org.sv>

⁵⁶ *Ibíd.*

ARPAS surge por iniciativa quince radios, cinco de ellas ubicadas en San Salvador y con frecuencia asignada por ANTEL: la Venceremos, Farabundo Martí, Cabal, Maya Visión y YSUCA. Las otras diez eran del interior del país: Radio Segundo Montes, Radio Sumpul, Radio Izcanal, Radio Ulúa, Radio Cooperativa, Radio Victoria, Radio Suchitlán, Radio Excel, Teo Radio, Radio Nejapa.⁵⁷

La iniciativa de las Radios Comunitarias fue apoyada por ARPAS durante la campaña de cierre contra las radios comunitarias ubicadas en el interior del país. Estas fueron cerradas y su equipo decomisado por no poseer una frecuencia asignada y transmitir sin permiso de ANTEL. Estas radios reciben el apoyo de ARPAS para que su equipo sea devuelto.

“ARPAS inicia sus trámites de legalización como institución sin fines de lucro en abril de 1996, aunque se personalidad jurídica fue concedida el 30 de mayo de 2000, cuatro años más tarde”.⁵⁸

Cabe mencionar que para lograr su legalización ARPAS tuvo que comprar la frecuencia a través de intermediarios; fueron las buenas relaciones que la Asociación tenía con organismos de cooperación internacional que ARPAS pudo obtener el dinero necesario para comprar la frecuencia del 92.1 FM.

Desde sus inicios el trabajo de ARPAS ha sido la democratización de la comunicación social en El Salvador, cumpliendo así con el objetivo de agrupar los esfuerzos alternativos en el área de la comunicación radiofónica del país, y convertirse en una red de expresión de la sociedad civil.

Cuando las radios buscan un espacio donde poder defender sus intereses y garantizar su existencia, ARPAS comienza a funcionar con tres objetivos: Capacitación al personal de las

⁵⁷ VIDES, Héctor, Op. Cit.

⁵⁸ ARPAS (2006), Op Cit.

radios en el área de las comunicaciones, la gestión de fondos y la legalización de dichas emisoras.

ARPAS posee una estructura organizativa “cuya instancia mayor es la Asamblea General (que se reúne cada tres años y está integrada por todos sus socios); una Junta Directiva (conduce a la asociación y vela por el cumplimiento de los planes); y la Secretaría Ejecutiva (ejecuta los proyectos aprobados se reúne con sus socias cada dos meses)”.⁵⁹

El 15 de septiembre de 1997 nace el noticiero “Red Informativa de ARPAS” y el 20 de mayo de 1998 abre el informativo “Voces en Contacto”.

Las emisoras socias de ARPAS, a lo ancho del territorio nacional toman la señal para formar la Red Informativa de ARPAS. Esta Red transmite noticias a las radios socias a ella, las cuales seleccionan la información más relevante para transmitir en su localidad, y se vuelve más efectiva cuando ocurren catástrofes en cada comunidad.

La señal satelital de ARPAS funciona las 24 horas, gracias a la colaboración de ALER y Radio Netherland (Holanda), a través del cual la Asociación baja informes de los diferentes corresponsales a nivel mundial y programas educativos especiales.

En 1999 la Asociación forma la Red de Productores y Productoras, quienes crean la Radio Revista “Veredas Cuzcatlecas” el 1 de enero de 2000, revista que incluye curiosidades, investigación, historia, etc. y fomenta valores culturales, cívicos, políticos, humanos y cristianos.

Actualmente, “19 son las radios que aglutina ARPAS (entre ellas, Radio Guazapa) distribuidas por todo el territorio nacional. Además, promueve y representa el trabajo de 6 Centros de Producción con sede en San Salvador.

⁵⁹ FAGOAGA y ROMERO, Op. Cit. p. 20

Radios de ARPAS

Radio⁶⁰	Cobertura	Ubicación	Frecuencia
Radio Mayavisión	Nacional metropolitana	San Salvador	106.9 FM
Radio Segundo Montes	Morazán, La Unión, San Miguel	Cantón Meanguera, Morazán	92.1 FM
Radio Izcanal	Usulután	Nueva Granada, Usulután	92.1 FM
Radio Victoria	Cabañas	Ciudad Victoria, Cabañas	92.1 FM
Radio La Klave	Metropolitana	Antiguo Cuscatlán, La Libertad	92.1 FM
Radio Stereo Sur	Cara Sucia, Ahuachapán	Cara Sucia, Ahuachapán	92.1 FM
Radio Sumpul	Zona norte de Chalatenango	Cantón Guarjila	92.1 FM
Radio Suchitlán	Suchitoto y sus alrededores	Suchitoto	92.1 FM
Radio Monseñor Romero	Ciudad Barrios y sus alrededores	Ciudad Barrios	92.5 FM
Radio Tehuacán	Tecoluca y alrededores	Tecoluca	92.1 FM
Radio Milenio	Ciudad de Santa Ana	Santa Ana	92.1 FM
Radio Tazumal	Chalchuapa y sus alrededores	Chalchuapa	92.1 FM
Radio Fé y Alegría	Coatepeque y el Congo	Coatepeque	92.1 FM
Radio Guazapa	Guazapa y sus alrededores	Guazapa	92.1 FM
Radio Mangle	Zona Bajo Lempa	Ciudad Romero	106.9 FM
Radio San Pedro	Cantón San Pedro, Cabañas	Cantón San Pedro	90.5 FM
Radio Stereo Juvi	Ahuachapán	Ahuachapán	92.1 FM
Radio Acajual	Acajutla, Sonsonete	Acajutla	90.5 FM
Radio Juventud FM	Nejapa	Nejapa	92.1 FM

⁶⁰ ARPAS (2006), Radios de ARPAS, en: <http://www.arpas.org.sv/quienes.htm>

Dentro del listado de las radios afiliadas a ARPAS se encuentra Radio Guazapa, emisora importante para esta investigación por ser su sujeto de estudio.

Cabe aclarar que Radio Guazapa no solo forma parte de la Red de radios afiliadas a ARPAS, sino que también está asociada a AMARC y ALER; y recibe el apoyo de otras ONG'S como la Asociación de Capacitación e Investigación para la Salud Mental (ACISAM) y el Centro de Orientación Radial para la Mujer Salvadoreña (CORAMS)

Las instalaciones de Radio Guazapa están ubicadas a unos 24 Km. al norte de San Salvador, y como su mismo nombre lo indica el estudio se llevó a cabo en el Municipio de Guazapa, en el Departamento de San Salvador.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. CARÁCTER DEL TRABAJO

Por tratarse de una propuesta abordada desde el paradigma fenomenológico se utilizó la modalidad de carácter cualitativo.

Éste básicamente se centra en el descubrimiento y significado de acciones sociales y abarca tipos interpretativos de indagación, como puede ser la entrevista de profundidad.

El estudio se remite al análisis de la información como una función de las radios comunitarias que por tratarse de fenómenos de interacción social son analizados de mejor manera a partir de sus cualidades y no de la cuantificación.

Dicha técnica es idónea por tratarse de un trabajo en el que se intenta analizar la información que la radio transmite para brindar una propuesta de mejoramiento.

La investigación se basó en indagaciones e interpretaciones de las características propias de la información que se trabaja en Radio Guazapa, para proponer aspectos que ayuden a su calidad y profesionalización informativa.

Con las entrevistas se obtuvo la información necesaria sobre las utilidades del procesamiento de los contenidos, producción y personal con el que cuentan.

3.2. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

La investigación “Propuesta para el tratamiento informativo de las radios comunitarias. Caso específico: Radio Guazapa” utilizó fuentes primarias y secundarias para recopilar la información necesaria del tema.

Con las fuentes primarias se hicieron entrevistas de profundidad directamente con las personas involucradas (fundadores y miembros de la radio, encargados de las radios comunitarias a nivel regional y local como AMARC y ARPAS, locutores de la radio, entre otros).

Entre las personas que se entrevistaron para recopilar la información relativa a las radios comunitarias y su funcionamiento, se tomó como muestra a las que están íntimamente relacionadas con el proceso de desarrollo de Radio Guazapa.

Para conocer el tipo de producción, su infraestructura, el tratamiento informativo, su funcionamiento operativo, estructura organizativa, el equipo con el que cuenta dicha radio, y su proceso de legalización; se habló con periodistas y encargados de alguna área específica que trabajan en dicha radio, así como con sus encargados, entre ellos el Lic. José Salvador Cárcamo, director de Radio.

Para conocer las formas de coordinación de las radios comunitarias, y qué tipo de capacitaciones recibe el personal de la radio para mejorar su posicionamiento en su localidad y su aporte a la comunidad, se entrevistó a personas encargadas de educar y orientar a éste tipo de medios radiofónicos.

Entre ellos miembros de instituciones como la Asociación de Radios y Programas Participativos (ARPAS), la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC-El Salvador), el Centro de Orientación Radial para la Mujer Salvadoreña (CORAMS) cuya

directora es la Licda. Dina Sales, y (AMARC-CA). cuyo director es el Lic. Oscar Pérez, entre otros.

Además, al abordar estas fuentes se pudo conocer el tipo de ayuda que brindan estas asociaciones a la Radio.

También se entrevistó a otras fuentes secundarias de la localidad para recopilar información (alcalde, representante de una cooperativa, anunciantes de la radio, miembro de la unidad de salud, miembros de la PNC, miembro del sector religioso, una mujer ama de casa y jóvenes), quienes hablaron acerca de los temas que se abordan en la radio para sondear si se cumplen sus expectativas, y cuál es su participación e involucramiento en dicha radio. Además, en las entrevistas ellos mismos plantearon alternativas de cómo mejorar la programación. De esta forma se cumple uno de los objetivos básicos de las radios comunitarias, de ser sujetos pasivos a activos.

A continuación se presenta el listado de los entrevistados:

ENTREVISTADO	CARGO
Lic. José Salvador Cárcamo	Director de Radio Guazapa.
Lic. Oscar Pérez Beltrán	Director de AMARC-Centroamérica.
Licda. Dina Sales	Directora de AMARC-El Salvador y CORAMS
Lic. Hector Vides	Director General de ARPAS
Francisco Calles	Director de Programación de la radio y Periodista
Julio Ortiz	Encargado de Mercadeo de la radio y Periodista
Aníbal Orellana	Jefe local de Juventud de la Cruz Roja y Periodista de la radio.
Don Juvenal Leiva	Alcalde del municipio de Guazapa y Director de la Cooperativa de Ganaderos
Oscar Armando Pérez	Miembro del sector religioso (Iglesia de Dios Mundial)
Lic. Armando Quijano	Anunciante de excursiones
Dra. Ingrid Liseth Peraza de Rivera	Anunciante de Clínica Dental Familiar
Mario Alexander Montejo Medina	Agente comandante de la Policía Nacional Civil
Ricardo Sánchez	Miembro de la Policía Nacional Civil
Sra. Marta Julia Orellana de Berrios	Mujer ama de casa
Sr. Francisco Amaya	Señor músico de la localidad
Sara Beatriz Flores y José Mario Quintanilla Díaz	Jóvenes de la localidad

3.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Durante la investigación a Radio Guazapa se aplicó la entrevista intensiva o de profundidad y el monitoreo como técnica de investigación. La entrevista es una forma de comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el o los sujetos de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el tema propuesto.

Esta posee características propias. Por lo general se utilizan muestras más pequeñas que en las entrevistas simples y son largas ya que pueden durar varias horas, lo que permite obtener antecedentes detallados sobre las razones que dan los participantes a preguntas específicas.

Además, este tipo de técnica permite una observación extensa de las respuestas no verbales de los participantes, ya que se elaboraron para un solo participante a la vez. Es decir, permiten a los entrevistadores elaborar preguntas basadas en las respuestas de cada participante, las cuales pueden verse influidas por el “clima” de la entrevista.

Las entrevistas se realizaron de forma individual a los participantes con el propósito de ahondar en el contexto y trabajo de Radio Guazapa. Cada una contó con una serie de preguntas guías para orientar la conversación, que variaron de acuerdo a la persona entrevistada y de como se manejó la conversación.

Con la aplicación de ésta técnica se obtuvo información detallada del funcionamiento de Radio Guazapa a través del tiempo, las diferentes capacitaciones a las que ha sido sometido el personal de la radio, e incluso se verificó la situación actual de la misma.

La entrevista de profundidad también se hizo a personas representativas de la zona (como el alcalde, representante de la Cooperativa Ganadera, miembro del sector religioso, ama de casa y jóvenes) para conocer las expectativas que la audiencia tiene de la radio.

Para contrastar las respuestas obtenidas de las entrevistas, se realizó un monitoreo de la programación que tiene Radio Guazapa.

Con el monitoreo se verificó que la programación de dicha radio es mayormente musical y además la observación directa sirvió de respaldo para comprobar si las respuestas de los entrevistados fueron razonadas o valorativas a partir de su experiencia con el medio de comunicación. Es decir, si contestaron de forma analítica o crítica, o solo expresaron sus emociones favorables o desfavorables dependiendo de la experiencia personal que el entrevistado ha tenido o tenga con la radio.

Con los datos que arrojaron las entrevistas y el monitoreo, se realizó un análisis cualitativo a Radio Guazapa, desarrollando en primer lugar un diagnóstico de dicha radiodifusora para posteriormente ejecutar una propuesta que contribuya al mejoramiento del tratamiento informativo de la emisora.

3.4. TIPO DE ESTUDIO

La investigación posee diferentes características dependiendo de su finalidad, alcance temporal, profundidad, amplitud, fuentes utilizadas, el objeto a investigar y el marco en que tiene lugar el estudio.

Según su finalidad, el proyecto de la “Propuesta para mejorar el tratamiento informativo de las radios comunitarias. Caso específico: Radio Guazapa” es una investigación social de tipo aplicada porque algunas de las alternativas propuestas en la investigación ya se están poniendo en práctica, es decir, se están aplicando los logros obtenidos de la investigación.

De acuerdo al momento temporal la investigación fue sincrónica porque la indagación del tema se realizó en un tiempo definido, es decir en seis meses.

Por su profundidad la investigación es de tipo exploratorio-descriptivo porque se hizo una aproximación al objeto de estudio y se profundizó en él para hacer la propuesta de mejoramiento al tratamiento informativo que hace dicha radio.

La investigación por su amplitud fue de tipo microsociológico, porque el objeto de estudio y el espacio geográfico fue reducido; pues de las diecinueve radios comunitarias existentes a nivel nacional, solo se estudió un caso específico que es el de Radio Guazapa y el espacio geográfico al cual le da cobertura esta emisora.

Las fuentes utilizadas fueron primarias y secundarias. Primarias porque se entrevistó a las personas involucradas directamente con la radioemisora (fundadores y miembros de la radio, encargados de las radios comunitarias a nivel regional y local como AMARC y ARPAS, reporteros de la radio, entre otros).

Y secundarias porque la investigación incluyó en su metodología la exploración bibliográfica basada en documentación existente en distintos centros de estudios superiores

para indagar sobre el marco teórico, es decir, se buscaron fuentes teóricas como libros, revistas, tesis, entre otros.

También se consultó información que se encuentra en sitios web o páginas de Internet, relacionados con el tema.

Además, se realizó una investigación de campo, ya que visitamos las instalaciones de Radio Guazapa para observar, indagar y obtener información. Luego se analizaron e interpretaron los resultados y finalmente se hizo la propuesta para mejorar el tratamiento periodístico en dicha radio.

3.5. PERSPECTIVA Y ENFOQUE TEÓRICO

La investigación está orientada desde el método científico y particularmente bajo su forma inductiva. Este método va de lo específico a lo general y dicho de otra forma busca las particularidades del fenómeno para establecer relaciones y llegar a la comprensión total o más general de la problemática.

El presente estudio no contempla la formulación de hipótesis, ya que no consiste en analizar una problemática específica, más bien la problemática se consideró a escala general y desde su análisis se hizo una propuesta que pueda ser utilizada por las radios comunitarias.

El método inductivo es de gran uso en las ciencias sociales por lo que en el caso de los estudios comunicacionales es de gran valor teórico. El método científico proporciona un compendio de pasos que guían los procesos investigativos.

Al comenzar a construir una teoría a través del método inductivo se observan aspectos de la vida social para descubrir pautas que indiquen principios relativamente inusuales según Earl Babbie.

En ese sentido se utilizó el paradigma fenomenológico, paradigma que se maneja para el estudio de los fenómenos comunicacionales, alejándonos de otros paradigmas que no abarcan la realidad contextual que circunda al objeto de estudio.

La fenomenología como paradigma de investigación de la comunicación aborda la realidad comunicacional en sus diferentes nociones y gradaciones, pero sobre todo considera al fenómeno de manera total al tener en cuenta el contexto donde interviene el sujeto (Radio Guazapa) y el objeto de la investigación (el tratamiento informativo).

A través de este paradigma se pudo construir una teoría o un análisis desde lo inductivo, a partir de las entrevistas, la información obtenida y la investigación realizada en torno al contexto, programación y personal de Radio Guazapa y los sujetos que intervienen en la comunicación (audiencia y personas representativas de la localidad).

La fenomenología se caracteriza porque abarca a todos los aspectos de la realidad comunicacional sin dejar de lado ninguno, fuera de su consideración (León en Benito 1991, 816)⁶¹. Esta condición sirve para dar respuestas concretas y explicaciones a determinadas temáticas.

“Hay que dudar de todo” dice Husserl,⁶² por lo que la fenomenología parte de la duda, ya que no se pueden admitir concepciones radicales, prejuicios, mitos, valores fijos inalterables, antes de tratar un fenómeno de la realidad.

En éste estudio enfocado en la metodología cualitativa, se da una respuesta a una problemática de las radios comunitarias, en especial de Radio Guazapa.

Con este paradigma no se tiene una metodología específica por lo que fue necesario una actitud de investigador abierta hacia la realidad comunicativa y todo lo que sucede en la radio.

⁶¹ DERAS CORTEZ, Carlos Ernesto (2005) Revista Humanidades. La Comunicación del Nuevo Siglo. La Fenomenología como paradigma de investigación de la comunicación, UES, Pág. 56

⁶² Ibid p. 83

3.6. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación comprendió un tiempo de 6 meses y estuvo dividido en cuatro fases que son la recopilación de la información, el análisis de los resultados, la propuesta del tratamiento informativo para la Radio Guazapa específicamente, y la evaluación de la propuesta.

La primera fase se ejecutó en doce semanas. Durante las primeras dos semanas se iniciaron las visitas a la radio para recopilar información teórica sobre los antecedentes, funcionamiento y situación actual de la radio. Cabe aclarar que se hicieron visitas extras durante las siguientes etapas.

Luego, durante las siguientes diez semanas se inició con la etapa de recolección de la información necesaria para el cuerpo del trabajo, que se analizó para formular finalmente la propuesta del manejo informativo.

Primero se inició el proceso de entrevistas en profundidad que permiten obtener las cualidades de la información y todos los aspectos que intervienen en el manejo y tratamiento informativo.

Además, durante las diferentes visitas que se hicieron, se observó y tomó nota de los aspectos que intervienen en la producción informativa a través de la técnica del monitoreo, que permitió conocer de primera mano la producción radiofónica que presenta dicha emisora.

Así mismo, se recopilaron datos bibliográficos de la radio e información de primera fuente (a través de las entrevistas de profundidad).

La segunda fase comprendió el análisis de los resultados y se llevó a cabo en el cuarto mes. Para esa fecha se efectuó la clasificación y análisis de la información previamente

recopilada. Además, en ésta etapa se hizo un marco situacional del tratamiento informativo de Radio Guazapa y de las principales deficiencias del mismo. Es decir, se elaboró un diagnóstico de dicha radio.

Con ésta información (la del diagnóstico) se trabajó el quinto mes en la formulación de una propuesta viable de tratamiento informativo que incluyera elementos directamente periodísticos que pueden ser adoptados por los productores de la información a fin de elevar la calidad informativa de la radio. Esto comprendió la tercera fase.

La cuarta fase se llevó a cabo en el sexto mes. En éste se presentó la propuesta a los encargados de la radio y a los responsables del tratamiento informativo. Además, se evaluó la factibilidad de la propuesta y se corrigieron algunas dificultades que se observaron en la propuesta original.

3.7. CONSTRUCCIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Como técnica investigativa de nuestro estudio se utilizó la Entrevista de Profundidad, que se desarrolla en cinco tópicos en los cuales se aborda el funcionamiento operativo, tratamiento informativo, estructura organizativa, situación actual, y las expectativas de la audiencia.

Los tópicos se subdividen en ítems:

- ✓ Antecedentes del proyecto
 - Planificación del proyecto
 - Obstáculos del proyecto
 - Proyectos desarrollados

- ✓ Funcionamiento operativo
 - Asignación de frecuencia
 - Proceso de ejecución del proyecto para lograr la legalización de dicha radio

- ✓ Tratamiento informativo
 - Forma de cobertura de las noticias
 - Agenda informativa que rige a la emisora
 - Incidencia de la población en la información que se transmite y su importancia
 - Políticas de trabajo en dicha radio
 - Obtención de recursos económicos de la radio
 - Relaciones y convenios que se tengan con otras instituciones para el área de capacitación, cooperación y orientación de éste tipo de medios radiofónicos.

- ✓ Situación actual
 - Recurso humano de la radio
 - Tipos de incentivos para el personal
 - Infraestructura con la que cuentan actualmente
 - Equipo técnico y de producción

- ✓ Las expectativas de la audiencia
 - Importancia y expectativas que la audiencia tiene de la radio
 - Ventajas, beneficios y limitantes de la emisora local.

3.8. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Para el análisis de resultados fue necesario realizar una investigación de campo, utilizando como técnica la Entrevista de Profundidad y el Monitoreo. La investigación se abordó desde cinco tópicos distintos pero relacionados. Los Tópicos son Antecedentes del anteproyecto, funcionamiento operativo, tratamiento informativo, situación actual y las expectativas de la audiencia.

Las fuentes primarias y secundarias o entrevistados se seleccionaron de acuerdo a los tópicos o ítems mencionados anteriormente. Al haber realizado las entrevistas, se analizan las respuestas y se identifican por categorías para visualizar y contrastar las diferentes posturas que se tienen con relación a Radio Guazapa y conocer cuáles son las expectativas de la audiencia. Además, se identifican los aspectos periodísticos en los que fallan y de qué manera interfieren en el tratamiento informativo.

Los resultados del análisis se presentan a lo largo del trabajo mediante la extracción de las entrevistas realizadas, dando a conocer las posturas obtenidas de las fuentes. Se presenta como anexo de esta tesina el extracto de las respuestas de los entrevistados, y su identificación para comprobar que las entrevistas fueron hechas. Cabe aclarar que por tratarse de entrevistas de profundidad, la mayoría de ellas son muy extensas y ocupan bastante espacio, razón por la cual no se incluye la transcripción completa de las mismas.

Por tratarse de una investigación de carácter cualitativo no se utiliza ninguna fórmula que determine el universo muestral, sino más bien se categoriza de acuerdo a las similitudes y divergencias de los resultados de las entrevistas.

A partir de la interpretación de los resultados y del diagnóstico situacional de la emisora, se presenta una propuesta a Radio Guazapa para contribuir al mejoramiento del tratamiento informativo que ésta radiodifusora da a sus productos comunicacionales y su programación semanal.

CAPÍTULO IV

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE RADIO GUAZAPA

4.1. HISTORIA DE RADIO GUAZAPA

El Municipio de Guazapa, situado a 24 Kms. al norte de San Salvador, linda con las faldas del Cerro de Guazapa ubicado a 430 metros sobre el nivel del mar. Tiene una extensión territorial de 63.65 Km². Su población, con alrededor de 40,888 habitantes divididos en ocho cantones, se dedica mayormente a la ganadería, la agricultura familiar, y la siembra de caña en pequeño.

Guazapa limita con varios municipios, al norte con Aguilares y El Paisnal, al este con Suchitoto y San José Guayabal, al sur con Tonacatepeque y Apopa y al oeste con Nejapa y Aguilares.

El topónimo Guazapa es de origen Nauath y significa “Río del Halcón Reidor” o “Río de Guaces”. Este nombre proviene del prefijo “Guaz”, nombre del Halcón Reidor que nace y se cría en el cerro de la zona, y del sufijo “Apa” que significa “Río”.

Durante la época del conflicto armado, en la década de los 80 e inicios de los 90, empobrece el porvenir agrícola y ganadero al que se dedicaban los habitantes de esa localidad, por considerar a Guazapa como uno de los lugares más estratégicos para la guerrilla debido a su cercanía con la capital.

La guerra civil de El Salvador, generada en todo el país, encontró en Guazapa escenas de destrucción convirtiéndolo en uno de los lugares más sangrientos. Se muestra mucha dureza por parte de las autoridades, tropas que llegan del Norte y del Sur, o de otros puntos

ingresan a Guazapa, y hacen de la reacción, amenaza, persecución y castigo su diario vivir. Los revolucionarios serían extinguidos o desaparecidos, y la mayoría de ellos elige el exilio.

Más de una década de sufrimiento, conflicto que durara hasta enero de 1992, con la firma de los Acuerdos de Paz. Para esta época, los lugareños del municipio se ven obligados a empezar de nuevo y resurgir, tarea difícil por las condiciones y emigración que se había dado en el lugar.

La esperanza llega a todo el territorio nacional, y los ciudadanos de Guazapa retoman la tarea de resurgir de los escombros que les deja la época del conflicto armado. Guazapa tarda poco para recobrar el servicio de energía eléctrica y volver a reanudar sus actividades. Nuevas fuentes de trabajo brotan con la implementación de fábricas, la avicultura, el cultivo de rosas y otras actividades de pequeños comerciantes.

Sin embargo, no son suficientes, pues actualmente la mitad de la población que reside en Guazapa trabaja en San Salvador, razón por la cual el Lic. Oscar Pérez, director de AMARC-CA y oriundo de Guazapa, denomina al municipio como una “ciudad semi-dormitorio”.⁶³ Pero Guazapa, si bien es cierto está muy cerca de San Salvador; cultural, política, y económicamente está lejos de la gran capital.

A finales de la década de los noventa, también resurge la idea y el momento de desarrollar un proyecto que solventara la necesidad comunicativa existente por los tantos acontecimientos sucedidos en años anteriores.

La instalación de un medio de comunicación en el municipio pasa a ser un elemento más para contribuir al desarrollo social, económico, político y cultural que la localidad necesita, y mejor aun si es desarrollado por los mismos pobladores de Guazapa, sobre todo

⁶³ PÉREZ, Oscar (2006) Entrevista. Tesina “Propuesta de Tratamiento Informativo para Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador

jóvenes. De esa idea surge el slogan “La voz del progreso”, porque a través de la radio se pretende contribuir al desarrollo local.⁶⁴

La puesta en práctica del proyecto comienza a tomar forma en 1999 con personas que creyeron en una comunicación que surgiera desde la comunidad y para la comunidad. Algunos de ellos fueron: el Lic. Oscar Pérez, actual Director de AMARC-Centroamérica, quien desde tiempo atrás viene trabajando en pro de la radiodifusión, y retoma ese compromiso en Guazapa por ser originario del municipio⁶⁵; el Lic. Salvador Cárcamo y Vicente Torres, también oriundos del municipio y quienes llevaron a cabo una propuesta comunicativa basada en los principios de las radios comunitarias, radios que son una alternativa para las comunidades donde su voz ha sido olvidada. A este esfuerzo se unió más adelante Francisco Calles.

Radio Guazapa surge como un proyecto de desarrollo local que estaría financiado por países europeos como Holanda, sin embargo el proyecto no llena las expectativas y exigencias de dichos países y se niega su financiamiento, por lo que los fundadores concretan la idea de la radio por sus propios medios.

El plan inicia con un proceso de capacitaciones radiofónicas con el apoyo de la Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS), “y realiza su primera prueba piloto el 18 de diciembre de 1999 en una verbena de la Cruz Roja”⁶⁶ con una consola prestada por Vicente Torres (músico de la localidad que se une a la iniciativa de la radio), dos micrófonos (uno prestado y otro comprado) y un pequeño transmisor.

En sus inicios, poca fue la gente que se une al proyecto porque no creían que se podía hacer radio en Guazapa, y no entendían el tema de lo comunitario. También se solicita ayuda de algunos jóvenes del municipio que estudiaran alguna rama de la comunicación, pero tampoco creyeron en la iniciativa.

⁶⁴ PÉREZ. Oscar, Op. Cit.

⁶⁵ *Ibíd.*

⁶⁶ TRUJILLO, RODRÍGUEZ y MARTÍNEZ, Op. Cit p. 50

Las transmisiones que se hacen para esa época eran eventuales, no tienen periodicidad por muchas causas. Una de ellas es que no estaban legalmente con el permiso de la frecuencia, aunque ya se trabajaba ese tema. Además, eran pruebas que se hacían ocasionalmente en el parque, en una mesita con un equipo sencillo y prestado.

La radio empieza transmitiendo por horas, después fue alargando los horarios en la medida que crecían los colaboradores. La idea comienza a ser aceptada por la población mayormente joven, que poco a poco se incorpora al pensamiento de tener una radio.

Para ese tiempo se realizan diferentes actividades como rifas, barbacoas, excursiones, promociones, etc., para recaudar fondos y poder comprar un equipo de transmisión.

A través de un préstamo y del dinero recaudado de las diversas actividades, se compra un transmisor de 30 wats y los primeros micrófonos. “También se construye una antena de polines. La música que se transmite era de discos prestados por los jóvenes de la localidad y que estaban colaborando con la iniciativa”.⁶⁷

Poco tiempo después de hacer las transmisiones desde el parque, don Salvador Cárcamo presta la segunda planta de un local. Se coloca un tubo de 9 metros para poner la antena hechiza, y se transmite desde ese lugar.

Un año más tarde se trasladan a otro local alquilado, sin embargo las situaciones económicas adversas, el pago del alquiler, electricidad, agua y de sostenimiento de la radio, hacen que muchas veces el dinero no alcance y los fundadores de la radio tienen que recurrir a sacar de su propio capital para ponerlo a disposición de la radio. En ese lugar, se levanta una torre y una antena hechiza con tubos de 27 metros.⁶⁸

⁶⁷ CALLES, Francisco (2006) Entrevista. Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador.

⁶⁸ *Ibíd.*

“El 05 de Octubre de 2000, la Radio nace jurídicamente como la Asociación Radio Guazapa”.⁶⁹, aunque no fue reconocida ante el Ministerio de Gobernación, por no cumplir todos lo requisitos de una asociación.

Siete meses después, el 28 de mayo de 2001, la Asociación sale al aire oficialmente con la frecuencia de ARPAS en el 92.1 FM, constituyéndose como Radio Guazapa “La Voz del Progreso” y transmitiendo de 6 de la mañana a 9 de la noche ininterrumpidamente; razón por la cual se reconoce esta fecha como la del aniversario de dicha emisora.⁷⁰

Su logo está representado por el “Pájaro Guaz”, el ave que se cría y crece en el Cerro de esa localidad, acompañado de su slogan “La voz del progreso”, y el nombre de la emisora “Radio Guazapa”.



⁶⁹ ACISAM, Radio Guazapa, Radio Iliguis, AMAR – CA y FGER, (2005), Proyecto Fortalecimiento de las capacidades de radios comunitarias e instituciones de comunicación alternativa de la sociedad civil para contribuir al posicionamiento de la lucha contra la violencia de género en la agenda social centroamericana, p. 14

⁷⁰ CÁRCAMO, Salvador (2006). Entrevista. Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador.

Su visión y misión son:

Visión: Ser una empresa líder dentro de la ciudad de Guazapa y una escuela de aprendizaje.

Misión: Servir e integrar esfuerzos de la comunidad a través de la comunicación para informar en forma imparcial con responsabilidad y sin fines de lucro.

Para esa época, se transmite con 15 wats de potencia, porque el transmisor que era de 30 wats ya no estaba en su mejor condición. Esto se convierte en una desventaja para la radio ya que la cobertura de la misma se limita al casco urbano del municipio.

En el 2003, la radio solicita a la Alcaldía un local en comodato, local que le es entregado y en el cual permanece la emisora actualmente.⁷¹

Luego surgieron una serie de percances que impulsaron a la radio a retomar su proceso de legalización, bajo la forma de Fundación y no de una Asociación como al principio se había hecho.

Para que la radio pueda obtener la personería jurídica requiere de bastante tiempo. Radio Guazapa para poder funcionar legalmente bajo la frecuencia de ARPAS 92.1 FM y funcionar libremente ante las autoridades competentes debía conseguir su personería.

Es por esta razón, mientras todo su proceso legal independiente está en trámite, la radio acude al Centro de Orientación Radial para la Mujer Salvadoreña (CORAMS) para que dicha ONG le sirviera como madrina, es decir que Radio Guazapa busca a CORAMS para establecer un convenio de cooperación que le permitiera funcionar bajo su personería jurídica.

En estos momentos la radio está a la espera de obtener su propia personería como Fundación. Al obtener esto, la radio ya no tendría que funcionar bajo la personería jurídica de CORAMS ante ARPAS y el Ministerio de Gobernación.

⁷¹ Ídem.

El 05 de diciembre de 2005, bajo la asesoría de AMARC-CA, y el apoyo de OXFAM AMERICA, la radio estrena nuevo equipo: Un transmisor de 300 wats de potencia, un procesador de audio, una nueva antena unidireccional y su torre de 40 metros, una consola y una computadora de programación; lo que viene a dar una nueva imagen y calidad en el sonido.

A continuación se presenta el inventario del equipo con el que cuenta Radio Guazapa actualmente:

INVENTARIO DEL EQUIPO DE RADIO GUAZAPA

<i>Equipo</i>	<i>Capacidad</i>	<i>Función</i>	<i>Modo de adquisición</i>	<i>Observaciones</i>
1 transmisor	300 wats.	Señal	Donación (OXFAM América)	Se utiliza
1 transmisor	30 wats.	Señal	Comprado	Ya no se utiliza
1 mixer (mezclador)	-----	Mezcla sonidos	Donación	Ya no se utiliza
3 computadoras: 1 de programación 1 de producción 1 de secretaría	{ 2.8 Ghz. de CPU, 80 Gb. de disco duro y 512 Mb. de Memoria RAM	Señal	Donación de OXFAM América	La computadora de programación tiene toda la música
		Producir cuñas	•Comprada	
		Hacer documentos	•Comprada	
1 antena	40 metros	Señal	Donación	Direccionada al norte
1 consola	10 canales	Señal	Donación	
2 micrófonos	-----	Locución	Comprados	
2 bafles		Monitoreo	Comprados	Son de la computadora
2 grabadoras: 1 de cassette 1 de memoria		Reporteo	Comprados	
Discos compactos	como 50 cd's	Música que tienen	Donación, compra y quemados	No se utilizan
2 radios: 1 de cabina 1 para monitorear		Escuchar y monitorear la emisora	Compradas	
2 teléfonos pero una sola línea: 1 en cabina 1 en secretaría	-----	Complacer llamadas recibidas	Comprados	Ambos están entrelazados para recibir las llamadas

Originalmente, la radio sólo llegaba al casco urbano de Guazapa, pero con la nueva adquisición del transmisor ahora se da cobertura a los alrededores de Guazapa: parte de Apopa, Aguilares, El Paisnal y un poco más. La audiencia ha aumentado considerablemente diariamente, solo de Aguilares se reciben más de 150 llamadas diarias.

La radio ya no es de Guazapa, nombre que lleva no solo porque es el de la localidad, sino por el del cerro que baña a otros municipios como El Paisnal, Aguilares, Tonacatepeque, San José Guayabal y Suchitoto.

Con el nuevo equipo, las áreas cubiertas por Radio Guazapa son: 127,730 habitantes de Guazapa (distribuidos en ocho cantones), 31,080 personas de Aguilares (cinco cantones) y 16,520 pobladores de El Paisnal (12 cantones). Cabe aclarar que su población urbana es de 46% y rural de 54%, con un porcentaje importante de analfabetismo.⁷²

La adquisición del nuevo equipo no solo beneficia por el alcance de cobertura de la radio, sino porque nuevos pequeños empresarios se han sumado a la lista de los que compran espacios publicitarios en la emisora; permitiéndole a la radio obtener mejores ingresos, aunque no los suficientes para solventar la demanda existente.

Con los pocos ingresos que se obtienen pero muy significativos, se paga una secretaria recepcionista, y se apoyan a 6 personas, no con salario sino con un reconocimiento a su trabajo. Entre ellos: Martín Rivas, Leonel Orellana, Aníbal Orellana, Francisco Calles, Marco Tulio, Julio Ortiz, y la secretaria Rosa Lidia Menjivar.

En términos humanos, no solo ese es el personal con el que cuenta la radio, sino que hay un cuerpo de voluntarios bastante grande alrededor de 35 jóvenes; ya que la radio es abierta a las personas que quieren colaborar con ella.

⁷² ACISAM, Radio Guazapa, Radio Iligüis, AMAR – CA y FGER, Op. Cit. Pág. 07

LISTADO DE PERSONAL DE RADIO GUAZAPA

NOMBRE	CARGO	NIVEL EDUCATIVO
1. Salvador Cárcamo	Director de la Radio	
2. José Francisco Calles Díaz	Director de Locución y Locutor	Bachillerato (24 años)
3. Vicente Torres González	Director de Prensa	
4. Oscar Aníbal Orellana Zepeda	Locutor y Asistente de Locución	Bachillerato (22 años)
5. Martín Rivas López	Director del Grupo de Deportes y Locutor	(24 años)
6. Lorena Beatriz Torres Quijano	Encargada de Proyección Social y Practicante Locutora	Bachillerato
7. Julio Nelson Ortiz Hernández	Encargado de Mercadeo y Practicante Locutor	Universitario
8. Marco Tulio Alas Ramos	Director de Producción	1r. año Bachillerato
9. Leonel Alcides Orellana Barrera	Locutor	Bachillerato
10. Giovanni Mejía	Locutor	Bachillerato
11. Carlos Antonio Sánchez Trejo	Locutor	Bachillerato
12. Rafael Antonio Orellana Barrera	Practicante locutor	Bachillerato
13. Willy Denis Flores Villanueva	Practicante locutor	9°. grado
14. Elfedo de Jesús Alvarado	Practicante locutor	Bachillerato
15. Miguel Antonio Flores Castillo	Practicante locutor	7°. grado
16. Nelson Mauricio Aguilar Ortiz	Practicante locutor	9°. grado
17. Efraín Antonio Alvarenga Brizuela	Practicante locutor	9°. grado
18. Sara Beatriz Flores Marroquín	Practicante	Bachillerato
19. Salvador Torres Urquilla	Practicante	Bachillerato
20. Veraliz del Carmen Coreas Brizuela	Practicante	Universidad
21. José Wilfredo Melgar Cantón	Practicante	Bachillerato
22. Yessenia Patricia Torres Quijano	Practicante	9°. grado (14 años)
23. Luís Enrique Hércules Macall	Practicante	6°. grado (11 años)
24. Josué Alfredo Flores Marroquín	Practicante	Bachillerato
25. Raúl Alberto Pérez Erazo	Practicante	3r. grado (11 años)
26. Osmaro José Menjivar	Practicante	
27. Jessica Elizabeth Brizuela	Practicante	8°. grado
28. Walter Menjivar Renderos	Practicante	Bachillerato
29. José David Barrera Sigüenza	Practicante	6°. grado (18 años)
30. Daniel Alexander Santamaría Guevara	Practicante	1r. año Bachillerato
31. Alejandra Elizabeth Somoza	Practicante	8°. grado
32. Marlin Carolina Somoza	Practicante	6°. grado
33. Margarita Gléndida Alvarado	Practicante	6°. grado (14 años)
34. Rafael Edgardo Carpio López	Practicante	Bachillerato (22 años)
35. Miguel Antonio Alas Ramos	Practicante	Bachillerato (17 años)
36. Xiomara Marisol Menjivar	Practicante	1r. año Bachillerato
37. Rosa Lidia Menjivar	Secretaria	1 año de trabajar

Para el cuerpo de voluntarios la radio ha servido como un espacio para que los jóvenes encuentren un lugar donde formarse y recrearse, impulsando diversas actividades juveniles como encuentros deportivos, bailes, excursiones, entre otras. Además, de ésta forma no solo se contribuye al esparcimiento de los jóvenes, sino que se trata de involucrarlos en las acciones internas de la radio a través de la enseñanza-aprendizaje, ejecutando de esa manera su visión de “Ser una escuela de aprendizaje”.

Para ejecutar esta visión, a los jóvenes nuevos que llegan se les enseña a través de cinco niveles, con una duración de cuatro meses. A continuación se presenta un cuadro que explica en que consiste cada nivel y su duración.

NIVELES DE APRENDIZAJE		
<i>Nivel</i>	<i>Actividad</i>	<i>Tiempo</i>
Primer nivel	Asistir a las reuniones y conocer qué es la radio	Dos meses
Segundo nivel	Estar en cabina como observador	15 días
Tercer nivel	Estar en cabina con solo teoría del manejo de equipo	15 días
Cuarto nivel	Teoría y práctica	15 días
Quinto nivel	Estar en cabina solo el alumno (solo fines de semana)	15 días

Después de cada nivel, se hace una prueba para medir el conocimiento que adquiere el alumno o practicante. Si el voluntario logra pasar los cinco niveles se le otorga un turno en fin de semana para programar música, pero con micrófono cerrado.

Además, el personal de la radio, tanto voluntarios como personas que reciben apoyo económico, se reúnen una vez a la semana para abordar problemáticas y temas de la radio, así como para organizar las actividades que la radio desarrolla. Actualmente, la reunión se lleva a cabo cada viernes a las 5:00 p.m.

En cuanto a su estructura organizativa, Radio Guazapa tiene una Junta Directiva que es la encargada de la dirección y administración diaria de la Asociación.⁷³ Ésta se reúne

⁷³ Ídem, p. 14

mensualmente o cuando lo estime conveniente, y está conformada por los fundadores de la radio, donde el presidente Salvador Cárcamo, es también quien funge como el director de la emisora.⁷⁴

La Radio cuenta con seis diferentes departamentos: Mercadeo, Programación, Locución, Prensa, Proyección Social y Grupo de Deporte⁷⁵.

El área de Mercadeo se encarga de vender espacios publicitarios y campos pagados a los empresarios de la localidad, para obtener ingresos que permitan solventar las necesidades prioritarias de la radio. El encargado de este departamento es Julio Ortiz.

La espacios pagados y la publicidad con la que cuenta la Radio actualmente, se presentan en el siguiente cuadro.

EMPRESAS A LAS QUE RADIO GUAZAPA LES VENDE PUBLICIDAD

<i>Espacio</i>	<i>Empresa</i>
Programa “El Sol Naciente”	Moisés Urbina (Naturista)
“Proyectos del Norte”	Luis Guevara
Publicidad (Cuñas)	Banco Procredit
Programa “Los Tigres del Norte”	Alcaldía Municipal de Guazapa
Programa “Los amigos de los amigos”	Partido de Conciliación Nacional (PCN)
Programa Religioso	Iglesia ELIM
Programa Religioso	Iglesia de Dios Mundial
Publicidad	Comercial González (Venta de muebles en Aguilares)
Publicidad	Clínica Dental Integral
Publicidad	Repuestos Alex
Publicidad	Restaurante La Cueva (en Aguilares)
Publicidad de excursiones	Armando Quijano

El departamento de Locución organiza la programación musical y establece el turno a los locutores; enseña a los voluntarios a trabajar en cabina, locutar en público, programar música y atender llamadas de la audiencia.

⁷⁴ TRUJILLO, RODRÍGUEZ y MARTÍNEZ, Op. Cit. p. 54

⁷⁵ CALLES, Francisco, Op. Cit.

La cabina funciona con una computadora que contiene toda la música que se transmite y es la única que posee aire acondicionado debido a que el equipo técnico permanece encendido todo el día. Francisco Calles y Aníbal Orellana son los encargados del área.

El departamento que se encarga de realizar cuñas, slogan, y la publicidad de algún evento importante es el de Producción; y se encuentra en manos de Marco Tulio Alas Ramos. Para la edición de productos radiofónicos utilizan el programa Cool Edit.

El Departamento de Proyección Social se encarga de organizar eventos y actividades propias de la radio (excursiones, rifas, etc.) así como de darlas a conocer al resto de la comunidad. Su encargada es Lorena Torres.

El Grupo de Deportes se encarga de organizar eventos deportivos con los jóvenes y personas de la localidad. Martín Rivas tiene a cargo esta área.

El Área de Prensa se encarga de recolectar información de carácter local, nacional e internacional, redactar notas informativas y transmitir las por el dial. Aunque esta área ha existido en años anteriores, actualmente no está funcionando, pues la radio no cuenta con un espacio informativo propio de su localidad, sino que solo baja los noticieros “Contacto Sur” y “Voces en Contacto” del satélite de ARPAS.

Los encargados o directores de cada área o departamento se reúnen los días sábados de 10 de la mañana a 12 del mediodía.

DEPARTAMENTOS DE RADIO GUAZAPA

<i>Departamentos</i>	<i>Actividad</i>	<i>Director</i>
Mercadeo	Vender publicidad y buscar quien compre espacios de programas en la radio	Julio Ortiz
Locución	Organizar la programación musical, establecer el turno a locutores, enseñar a trabajar en cabina, locutar, programar música y atender llamadas de la audiencia	Francisco Calles
Producción	Hacer cuñas, slogan, y enseñar a los demás a editar	Marco Tulio
Proyección Social	Se encargan de organizar eventos y recaudar fondos	Lorena Torres
Grupo de Deporte	Organizar eventos deportivos en la comunidad	Martín Rivas
Prensa	Cobertura de eventos y redactar la información	No tiene director porque actualmente no funciona

La programación de la radio es sobre todo musical y está dividida para dar gusto a todo tipo de oyente. Aunque incluye dos noticieros que son bajados del satélite de ARPAS, “Portada Informativa Contacto Sur” y “Voces en Contacto”, la radio no cuenta con noticiero propio, que aborde temas y noticias de su localidad.

En dos ocasiones se han tenido intentos de estructurar y sacar al aire un noticiero, sin embargo la iniciativa no ha tomado la suficiente fuerza ni se ha podido consolidar.

En la programación semanal, el día se inicia a las seis de la mañana con la Portada Informativa “Contacto Sur”, noticiero que transmite información nacional e internacional y que es bajado de la Red ARPAS. Quince minutos después, llega el espacio de las Rancheras, que finaliza a las 8 de la mañana.

“Los amigos de los amigos” es el programa musical que le sigue a las Rancheras. Este es patrocinado por el Partido de Conciliación Nacional (PCN) y tiene una duración de treinta minutos. En él se presenta música de diversos géneros, y es transmitido nuevamente en el horario de las cinco de la tarde.

De ocho y treinta a diez de la mañana llega el espacio Grupero, y posteriormente el Pop se hace presente con su franja musical de una hora. Después llega el espacio reservado para la música electrónica, que es escuchada mayormente por jóvenes.

Al mediodía, se transmite un programa religioso patrocinado por la Iglesia de Dios Mundial de esa localidad. Otro programa similar, de carácter religioso es el que se presenta a las dos de la tarde, patrocinado por la Iglesia ELIM de Guazapa.

Estos programas se ven interrumpidos de doce y treinta a dos de la tarde por el espacio musical dedicado al Adulto, que transmite música Contemporánea en inglés y español.

“Los Tigres del Norte” es el programa que va a las cuatro de la tarde, y es patrocinado por la Alcaldía de la localidad. En el se presenta música que la gente solicita a través de la línea telefónica y el oyente puede llamar para hacer denuncias de cualquier tipo. Además, se promocionan las actividades que la alcaldía desarrolla en pro del bienestar de la población y del municipio.

Otro segmento dedicado a las noticias es el que se presenta a las cinco y treinta de la tarde, denominado “Voces en Contacto”. Ellos tienen la obligación de enlazarse con la Red a la que pertenecen (ARPAS).

Luego del noticiero “Voces en Contacto”, la programación del turno vespertino sigue transmitiendo música, y es escuchado mayormente por la juventud. A las seis y treinta se presenta el Pari del Perreo, a las siete música pop; y para cerrar la programación diaria, lo hacen con música romántica en el segmento denominado “La pasión del Amor”.

Los fines de semana la programación varía un poco en cuanto a horario, sin embargo los programas y segmentos musicales son los mismos. No obstante, se incluye el programa “Veredas Cuzcatlecas” el día sábado de ocho y treinta a nueve de la mañana, emisión radiofónica que es bajada del satélite de ARPAS.

Los horarios del espacio religioso que presenta la Iglesia de Dios Mundial no varían, a diferencia del patrocinado por la Iglesia ELIM que se transmite el sábado a las 8 de la noche, y el domingo a las seis y quince de la mañana.

Los programas patrocinados por la Alcaldía de Guazapa y el PCN mantienen sus horarios para fines de semana. La música ranchera, tropical, reguetón, pop, romántica y para el adulto contemporáneo, también se hace presente el fin de semana.

Cabe aclarar que la programación que Radio Guazapa tiene es principalmente musical. A excepción de los cuatro espacios pagados que transmite, la publicidad que presenta y los espacios informativos que se bajan del satélite de ARPAS; no existen programas que aborden temas de interés para la comunidad o localidad del municipio.

La Programación de Radio Guazapa es presentada y detallada en el siguiente cuadro.

PROGRAMACIÓN DIARIA DE RADIO GUAZAPA

HORARIO MATUTINO							
<i>Hora</i>	<i>Lunes</i>	<i>Martes</i>	<i>Miércoles</i>	<i>Jueves</i>	<i>Viernes</i>	<i>Sábado</i>	<i>Domingo</i>
6 – 6:15 a.m.	Noticiero “Contacto Sur” ⁷⁶	Noticiero “Contacto Sur”	Noticiero “Contacto Sur”	Noticiero “Contacto Sur”	Noticiero “Contacto Sur”	Rancheras	Rancheras
6:15 – 7 a.m.	Rancheras	Rancheras	Rancheras	Rancheras	Rancheras		Patrocinada ELIM ⁷⁷
7 – 7:30 a.m.	Tropical	Tropical	Tropical	Tropical	Tropical	Tropical	Tropical
7:30 – 8 a.m.							
8 – 8:30 a.m.	“Los amigos de los amigos” ⁷⁸	“Los amigos de los amigos”	“Los amigos de los amigos”				
8:30 – 9 a.m.	Grupero	Grupero	Grupero	Grupero	Grupero	Veredas Cuzcatlecas (ARPAS)	Grupo Tropical
9 – 10 a.m.						“ Súper Especiales”	
10 – 11 a.m.	Pop	Pop	Pop	Pop	Pop	Contemporáneo	Contemporáneo
11 – 12 a.m.	Electrónica	Electrónica	Electrónica	Electrónica	Electrónica		

⁷⁶ El noticiero “Contacto Sur” es bajado del satélite y producido por ARPAS y ALER. Tiene información nacional e internacional.

⁷⁷ El programa religioso es patrocinado por la Iglesia ELIM. Se transmite de lunes a viernes a las 2 de la tarde, el sábado a las 8 de la noche y el domingo a las 6:15 de la mañana

⁷⁸ El Programa “Los amigos de los amigos” es patrocinado por el PCN, y se retransmite a las 5:00 de la tarde

HORARIO VESPERTINO							
<i>Hora</i>	<i>Lunes</i>	<i>Martes</i>	<i>Miércoles</i>	<i>Jueves</i>	<i>Viernes</i>	<i>Sábado</i>	<i>Domingo</i>
12 – 12:30 a.m.	Programa religioso patrocinado ⁷⁹	Programa religioso patrocinado	Programa religioso patrocinado	Programa religioso patrocinado	Programa religioso patrocinado	Programa religioso patrocinado	Programa religioso patrocinado
12:30 – 2 p.m.	Adulto Contemporáneo Inglés – Español	Adulto Contemporáneo Inglés – Español	Adulto Contemporáneo Inglés – Español	Adulto Contemporáneo Inglés – Español	Adulto Contemporáneo Inglés – Español	Grupero Tropical	Grupero Tropical
2 – 3 p.m.	Patrocinada ELIM ⁸⁰	Patrocinada ELIM	Patrocinada ELIM	Patrocinada ELIM	Patrocinada ELIM		
3 – 4 p.m.	Tropical	Tropical	Tropical	Tropical	Tropical		
4 – 5 p.m.	“Tigres del Norte” ⁸¹	“Tigres del Norte”	“Tigres del Norte”	“Tigres del Norte”	“Tigres del Norte”	“Tigres del Norte”	“Tigres del Norte”
5 – 5:30 p.m.	“Los amigos de los amigos”	“Los amigos de los amigos”	“Los amigos de los amigos”	“Los amigos de los amigos”	“Los amigos de los amigos”	“Los amigos de los amigos”	“Los amigos de los amigos”
5:30 – 6 p.m.	Noticiero “Voces en Contacto” ⁸²	Noticiero “Voces en Contacto”	Adulto contemporáneo	Adulto contemporáneo			
6 – 6:30 p.m.						Regueton	Regueton
6:30 – 7 p.m.	El Pari del Perreo	El Pari del Perreo	El Pari del Perreo	El Pari del Perreo	El Pari del Perreo	Regueton	Regueton
7 – 8 p.m.	Variada Pop	Variada Pop	Variada Pop	Variada Pop	Variada Pop	Variada Pop	Variada Pop
8 – 9 p.m.	La pasión del Amor	La pasión del Amor	La pasión del Amor	La pasión del Amor	La pasión del Amor	Patrocinada ELIM	La pasión del Amor

⁷⁹ El programa religioso es patrocinado por la Iglesia de Dios Mundial

⁸⁰ El programa religioso es patrocinado por la Iglesia ELIM

⁸¹ EL Programa “Tigres del Norte” es patrocinado por la Alcaldía de Guazapa

⁸² El noticiero “Voces en Contacto” es producido por ARPAS.

Los turnos de los locutores para días de semana son permanentes. Sin embargo, los fines de semana, al igual que la programación, varía un poco, ya que los voluntarios de la radio son los que tienen un espacio para practicar lo aprendido durante los cuatro meses de preparación.

Cabe aclarar que los practicantes de fines de semana no pueden hablar al micrófono, sino solo transmitir la música que se les solicita por la línea telefónica. Cada turno dura tres horas, y es distribuido de acuerdo a la accesibilidad de horario que tengan los jóvenes locutores.

De lunes a viernes, el día lo abre Francisco Calles a las seis de la mañana, a las nueve se presenta Aníbal Orellana, seguido de Martín Rivas al mediodía. Durante el turno vespertino, de las 3 de la tarde en adelante se escucha la voz de Carlos Sánchez, y finalmente Martín Rivas cierra la programación a las nueve de la noche.

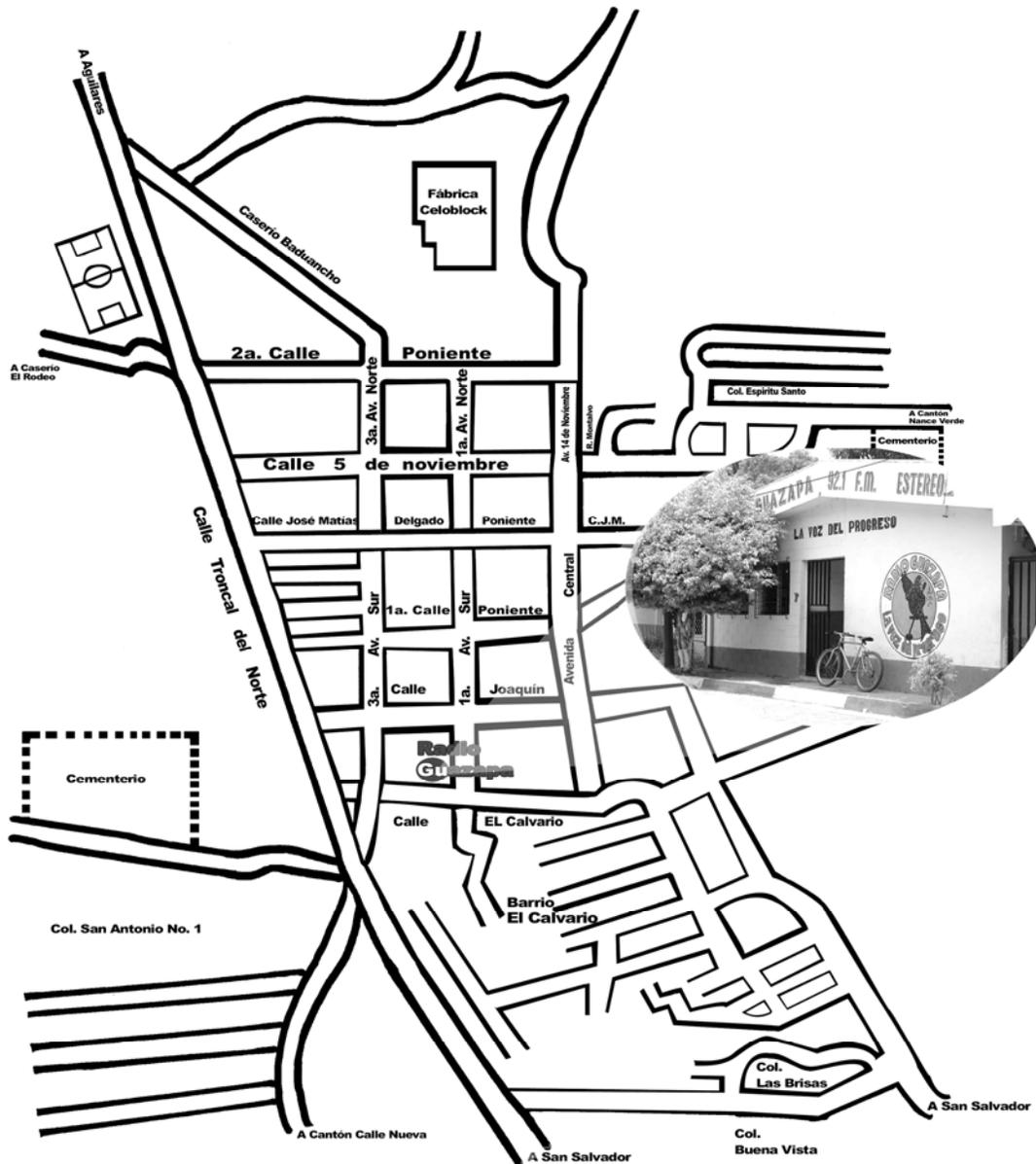
Para el fin de semana, el horario está sujeto a cambio por ser el tiempo para que los voluntarios practiquen. El día sábado abre la voz de Julio Ortiz, seguida de Miguel Flores, luego Mauricio Aguilar y finalmente regresa a cabina Julio Ortiz.

El día domingo se presenta inicialmente en los micrófonos Elfedo Alvarado, le sigue Lorena Torres, Efraín Alvarenga, Miguel Flores y Willy Denis Flores.

HORARIOS DE LOCUTORES Y TURNOS			
<i>Turno</i>	<i>Días de la semana</i>		
<i>Horario</i>	<i>Lunes a Viernes</i>	<i>Sábado</i>	<i>Domingo</i>
6 a 9 a.m.	Francisco Calles	Julio Ortiz	Elfedo Alvarado
9 a 12 m.d.	Aníbal Orellana	Miguel Flores	Lorena Torres
12 a 3 p.m.	Martín Rivas	Mauricio Aguilar	Efraín Alvarenga
3 a 6 p.m.	Carlos Sánchez	Efraín Alvarenga	Miguel Flores
6 a 9 p.m.	Martín Rivas	Julio Ortiz	Willy Denis Flores

Actualmente la radio se encuentra en época de transición. Ésta se encuentra en proceso de legalización pública ante el Ministerio de Gobernación, para convertirse en una Fundación. Se espera que en los próximos meses se obtenga una resolución final de la instancia gubernamental.

En este momento, la Radio queda ubicada en Calle El Calvario y 1ª. Avenida Sur, del Municipio de Guazapa, en el Departamento de San Salvador, El Salvador.



Radio Guazapa, a más de cuatro años de transmitir ininterrumpidamente, sigue satisfaciendo los gustos de los oyentes con cobertura amplia gracias a la nueva adquisición del equipo técnico, un cuerpo de voluntarios con deseos de contribuir a la comunidad, y con una programación que presenta en su mayoría diversos géneros musicales.

A pesar de la lucha y el desarrollo que la radio ha experimentado durante este tiempo por llegar a ser una emisora que contribuya al bienestar comunitario y ponerse a la vanguardia frente a la gran competencia de las radios comerciales que se sintonizan en la localidad, es importante reconocer que día a día los avances en la comunicación son notables, razón por la cual se necesitan fortalecer las áreas que aún no han recibido el apoyo suficiente en la radio.

El recurso humano, técnico y de producción, las formas de sostenimiento, las políticas de trabajo, y la interacción de estos agentes son los que construyen el tipo de programación que la radio presenta para poder incidir en el público; factores vitales para que la radio cumpla con su perfil comunitario.

La radio se ha convertido en un espacio que ayuda a la juventud ya que la mayoría dedican parte de su tiempo para colaborar, pues el equipo de voluntarios con el que cuenta la emisora es aproximadamente de 35 jóvenes que oscilan entre los once y veinticuatro años de edad.

De esta manera Radio Guazapa contribuye a un compromiso con la sociedad, tratando de evitar que los jóvenes se involucren en malos caminos abriéndoles las puertas de sus instalaciones para que ellos se conviertan en protagonistas y actores juveniles de su comunidad.

Esto convierte a Radio Guazapa en una escuela de aprendizaje y centro de esparcimiento para la juventud local, no solo para los que colaboran con la emisora, sino también para los oyentes juveniles ya que les brindan entretenimiento.

Este equipo de voluntarios realiza distintas actividades, jóvenes entusiastas que sin recibir una remuneración económica o un salario disponen parte de su tiempo para asistir a las reuniones semanales y recibir la capacitación que jóvenes con mayor experiencia les brindan a los principiantes.

Jóvenes que colaboran con la radio por vocación, por aprendizaje, como medio de esparcimiento, y por contribuir al desarrollo local a través de las comunicaciones. Según el Lic. Pérez “la clave es este cuerpo de voluntarios, ya que la radio ha servido como un espacio para que los jóvenes encuentren un lugar donde formarse, o sea la radio se mete en la vida de la comunidad y organiza diferentes actividades”.⁸³

Es esta experiencia la que les ha valido a cinco jóvenes para recibir una remuneración económica. “En términos humanos hay un cuerpo de voluntarios bastante grande, y dentro de ese cuerpo de voluntarios, a través de los pocos ingresos que se obtienen, porque son ingresos pequeños pero muy significativos, se paga una secretaria recepcionista que apoya en todo y ayuda en el orden de personal y también se apoyan a 6 personas en este momento, no con salario sino con un reconocimiento económico a su trabajo”⁸⁴, afirma el Lic. Pérez.

Además agrega que “Los contratados disponen del tiempo que tiene contrato la radio con ellos, pero al cuerpo de voluntarios hay que buscarle el mejor horario para ellos, a veces son los fines de semana, las tardes o las mañanas; pero de que existe disposición por aprender existe, porque es la única diversión que tienen en la localidad”.

La capacitación interna que jóvenes con mayor experiencia imparten dura aproximadamente cuatro meses, tiempo que parece ser muy extenso, razón por la cual el practicante tiende a desanimarse.

En cada nivel hay tareas, el primero tiene una duración de dos meses y solo se permite asistir a reuniones y conocer como se trabaja en la radio (su forma organizacional). Los

⁸³PÉREZ, Oscar, Op. Cit.

⁸⁴ Ibíd.

restantes cuatro niveles tienen una duración de quince días por nivel; sin embargo, es hasta el último (el quinto) donde al joven se le permite practicar en cabina.

Si se hace el conteo del tiempo, el primer nivel es de dos meses y los otros tres niveles se realizan en un mes y medio, los practicantes tienen que esperar tres meses y medio para practicar en cabina, práctica que se limita únicamente a contestar llamadas y complacer las peticiones musicales, sin tener autorización para hablar al aire. Dicha práctica solo se ejecuta los domingos.

Esto implica que muchas veces la creatividad e ingenio de los jóvenes no es aprovechada en un corto plazo, e incluso por el tiempo de espera para estar en cabina, muchos se desaniman. Es muy poco el protagonismo que tienen los jóvenes encargados de cada área dentro de la radio, porque las decisiones están a cargo del director y presidente de la radio, don Salvador Cárcamo.

Además, el personal con mayor experiencia en la radio, que capacita a los principiantes, no recibe capacitaciones constantes, a excepción de las pocas impartidas por algunas ONG'S como AMARC, ACISAM y ARPAS.

Esta falta de capacitación es una preocupación permanente ya que no se logran establecer planes de este tipo ni a mediano plazo, solo se organizan actividades esporádicamente que rara vez tienen seguimiento.

La audiencia que es el sujeto en el que se quiere incidir también expresa la falta de capacitación en el personal que locuta, argumentando que en algunos casos se comenten errores de dicción y locución.

Don Francisco Amaya, miembro y músico de la localidad explica que “la mayoría de locutores maneja casi a la perfección la consola, pero sería bueno una capacitación profesional a los integrantes de la radio, porque algunos no tienen el conocimiento y la experiencia suficiente como para poder hablar y entrevistar. Con la capacitación se

mejoraría el desenvolvimiento frente al micrófono, pues hay palabras que no van con la ética de cómo podría decirse correctamente” asevera.⁸⁵

También, el Agente Mario Alexander Montejo Medina, Comandante en Guardia de la Policía Nacional Civil de Guazapa expresa “la falta de experiencia a la hora de locutar, y hace hincapié en qué se necesita una preparación, pues la gente que está en una radio tiene que saber un poco de todo, esa es la cuma de ellos”.⁸⁶

Por eso surge la necesidad de reorientar las capacitaciones internas que reciben los practicantes para aprovechar de mejor manera el recurso humano y técnico, y así contribuir al desarrollo local.

A pesar de que tienen un personal de treinta y cinco jóvenes y un nuevo equipo técnico, la radio no realiza producciones propias a excepción de algunas cuñas publicitarias. A esto hay que sumarle que sólo tres personas pueden utilizar el programa de edición Cool Edit para hacer producciones.

Y debido al poco tiempo que estas tres personas tienen para enseñar, imposibilita que los demás practicantes puedan aprender.

Otro factor importante es la conservación del registro auditivo con el que cuenta la radio. Dentro del equipo donado por OXFAN AMÉRICA se incluye una computadora de programación en la que se guarda toda la música que se transmite. Lo que implica que la radio no cuente con una Fonoteca o archivo de audios.

Esto es una desventaja ya que si la computadora sufre algún daño, la emisora perdería todo su archivo musical, de programas, y de cuñas.

⁸⁵ AMAYA, Francisco. (2006). Entrevista. Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador.

⁸⁶ MONTEJO MEDINA, Mario Alexander. (2006) Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”. Universidad de El Salvador.

En cuanto a su infraestructura, el lugar donde funciona actualmente la radio es propiedad de la Alcaldía que ha sido proporcionado a la emisora en calidad de Comodato.

El actual Alcalde de Guazapa, don Juvenal Leiva, que tomó su nuevo cargo el pasado 01 de junio, revalidó este compromiso. “El Comodato que se tenía con la radio era de dos años y vencía el 30 Abril del presente. Nosotros como Alcaldía le vamos a revalidar el Comodato y el espacio pagado por la Alcaldía se va a mantener, para que las comunidades se informen de las actividades que se van a hacer. El apoyo que la Alcaldía le da a la radio es ese, y apoyarles invirtiendo en pautas publicitarias para dar a conocer el trabajo que nosotros hacemos”⁸⁷

A esto se añade que la radio funciona bajo la personería jurídica de CORAMS. La Licda. Dina Sales, Directora de CORAMS afirma que “lo que se le ha otorgado es un acuerdo de la Junta Directiva donde se le da la factibilidad a Radio Guazapa de tramitar su frecuencia y poder funcionar a través de nuestra personería jurídica”.

Lo que CORAMS ha hecho es prestarle su personería jurídica, porque para que las radios puedan funcionar legalmente (obtener la frecuencia de ARPAS y salir al aire) la necesitan.

Con esto se deduce que la radio no cuenta con un local ni personería jurídica propia.

En cuanto a sus políticas de trabajo los miembros de la radio se reúnen cada viernes para planificar y designar las funciones que se tendrán durante la semana. Los responsables de cada área y el director se reúnen todos los sábados. Las reuniones son obligatorias para todo el personal.

⁸⁷ LEIVA, Juvenal. (2006). Entrevista, Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”. Universidad de El Salvador.

Otra política de trabajo es no identificarse con ningún partido político, política que es difícil de mantener en época de elecciones, no por la radio en sí, sino porque la audiencia siempre tiende a asociarlos con el partido con mayor adeptos en la localidad.

Para no involucrar a la radio con algún partido político dentro de la radio se han establecido políticas. El Lic. Pérez afirma que “si el que está colaborando y trabajando en la radio quiere públicamente ser parte de una opción política partidarista en el tiempo de elecciones, no puede formar parte de la radio durante esa época coyuntural. Lo que se hace es una carta a la radio donde se solicite un permiso”. Permiso que es otorgado y es leído al aire para que la audiencia se entere. Además, cabe agregar que de por sí las radios comunitarias son vistas bajo un parámetro guerrillero, es decir radios ofensivas al gobierno nacional.

Como es de conocimiento público, la mayoría de radios comunitarias trabajan con escasos recursos, lo que imposibilita ejecutar y llevar a cabo muchas actividades en pro de su auto desarrollo.

Consientes de ello, los miembros de Radio Guazapa realizan diversas actividades encaminadas a obtener fondos para el mejoramiento de la radio y para solventar los pagos que la misma estación requiere. Para ello los jóvenes organizan bailes, rifas, excursiones y otras actividades.

Otra base importante para la recaudación de fondos es la venta de pequeñas pautas publicitarias “que cuestan \$0.25 cada cuña de 30 segundos a nivel local y \$0.35 para las comunidades aledañas a Guazapa”.⁸⁸

Actualmente, la radio cuenta con 12 espacios publicitarios que están repartidos entre pequeños empresarios locales, la Alcaldía y dos iglesias de la localidad. Además, algunos

⁸⁸ ORTIZ, Julio. (2006) Entrevista, Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”. Universidad de El Salvador.

patrocinadores contribuyen haciendo donaciones o regalando cosas para hacer rifas en al radio (cenas en algún restaurante, el pastel para el cumpleaños del día, etc.).

La Doctora Ingrid Peraza, dentista de la localidad lleva alrededor de cuatro meses anunciándose en la radio y dice que “le ha funcionando porque con el poco tiempo que tiene de anunciarse en la radio, le ha crecido considerablemente la clientela”.

Otro que piensa igual es Don Armando Quijano, quien paga publicidad para promover excursiones fuera del país. Él asevera que “sí ha mejorado en un 60% a diferencia de años anteriores”.

Siempre en el aspecto económico, el apoyo financiero de otras instituciones es mínimo, con la salvedad que eventualmente la radio cuenta con la ayuda de ONG’S para gestionar proyectos que permiten a la radio tener algún tipo de apoyo, ya sea económico, de capacitación o de equipamiento.

El Lic. Pérez cree que “se necesita mucha formación, pero sobre todo yo creo que necesitamos meterle también a la parte de la sostenibilidad económica, porque en la medida que la radio tenga mayores ingresos, le va a generar capacidad para tener un equipo humano consolidado y que ese equipo humano tenga recompensa económica también”.⁸⁹

Dentro de la programación que es mayormente musical, los locutores se limitan a dar saludos y la hora, pero en su mayoría no comentan sobre algún tema, a excepción del Director de la Radio, don Salvador Cárcamo que realiza entrevistas y programas sobre algún tema especial siempre relacionado al ámbito musical.

Actualmente, la radio no cuenta con programas que aborden temas de la localidad, a excepción del programa “Los tigres del Norte” patrocinado por la Alcaldía, donde las personas pueden llamar para hacer denuncias.

⁸⁹ PÉREZ, Oscar, Op. Cit.

En años anteriores la radio contaba con diversos espacios que abordaban distintas temáticas. Había un espacio de salud llamado “En contacto con la Comunidad”, “Guazapín” el amigo de los niños era el encargado de establecer el vínculo entre la radio y los infantes, se contaba con el espacio cultural “Nuestros Valores”, el acontecer de la localidad se presentaba en su noticiero local transmitido de seis a siete de la noche los días martes y jueves, entre otros programas que abordaban temas de interés para la localidad.

Radio Guazapa desde sus inicios tenía una “sed de progreso donde su objetivo principal era que Guazapa se escuchara por su desarrollo”.⁹⁰ De alguna manera lo logró con una programación diversa que incluía y contribuía en su comunidad desde el aspecto social, cultural e informativo; pero era sólo a nivel local.

Sin embargo, la radio abandona momentáneamente toda esa programación debido a que se ha dedicado a buscar más los recursos en materia de equipo para mejorar la señal, restándole importancia a su programación. Desde el 2006, la radio cuenta con una cobertura aproximadamente de 20 kilómetros a la redonda traspasando así las fronteras de su municipio.

A pesar de haber mejorado su cobertura y equipo técnico, en la actualidad la radio presenta una programación musical casi en su totalidad, con pocos espacios pagados y cuñas publicitarias.

“La tendencia es una hora de transmisión de música intercalando espacios de iglesias, políticos (alcaldía) y publicidad, ahí esta estribando el cien por ciento de la programación”, afirma don Salvador Cárcamo.

Los pocos espacios pagados con los que cuenta la radio son dos religiosos y el de la alcaldía. Este último se limita a la programación musical y a la promoción política.

⁹⁰ CÁRCAMO, Salvador, Op. Cit.

Por tratarse de un programa patrocinado por la alcaldía surge la necesidad de reorientar el espacio, de tal forma que contribuya socialmente a la comunidad y aborde temas de interés para la misma.

La radio, aunque es casi musical, gusta “por que los horarios musicales se van adaptando en diferentes horas para cada generación”⁹¹ (rap, regge, rancheras, tropical, adulto contemporáneo).

Sara Torres, joven de la localidad asevera que la programación de la radio “gusta más a los jóvenes porque son los que se identifican llamando a la radio, aunque también gusta a las personas adultas pero por horas”.

En la actualidad, la programación de la radio no presenta programas de salud, no hay espacios para la niñez, no se abordan temas de interés para las mujeres, ni temas culturales, y no se tiene un noticiero local, solo el que es bajado de ARPAS.

Por ello, es notable y necesaria la reorientación de la programación para dar gusto a los oyentes. Cabe aclarar, que con esto no se quiere decir que la radio no guste, sino que se aproveche de mejor manera el recurso que se tiene a través de las ondas sonoras, para servir como constructora de un pensamiento crítico en la comunidad.

Tomando como base que la programación musical se enfoca a todo tipo de audiencia sería difícil cambiar el formato, ya que si se cambiara a programas más serios y formales que aborden determinados temas, la audiencia de la radio bajaría notablemente; es por eso, que no se habla de un cambio de programación, sino de una reorientación en ella, reorientación en la que dentro de los espacios musicales se aborden temas de interés y orientación para la población.

Otro tema importante, es el tratamiento informativo. Hasta el momento dentro de la programación el tratamiento informativo se da únicamente en períodos coyunturales. Por

⁹¹ Ídem.

ejemplo: “en tiempos de campaña política la radio ha trabajado mucho desde el 2003 dando cobertura a las elecciones, además de las entrevistas con los diferentes candidatos para que presenten sus propuestas y plan de gobierno”⁹²

Estos períodos coyunturales no necesariamente son políticos debido a que pueden ser de carácter social ya que durante esta investigación el Programa de Fortalecimiento de la Gestión Ambiental en El Salvador (FORGAES) junto a otras instituciones como AMARC y ACISAM capacitaron a jóvenes de Radio Guazapa y Sonido Locales de la zona para realizar un Foro Ambiental trabajando conjuntamente con corresponsalías de los sonidos locales, pero una vez terminado el financiamiento vuelven al mismo sistema de trabajo.

Es decir, el tratamiento informativo local depende de la situación y el momento coyuntural que se viva en el aspecto cultural, social, político y económico.

En cuanto al área de prensa, la radio sólo tiene los enlaces con los noticieros de ARPAS y dos experiencias casi infructuosas de noticieros locales que por diversos motivos no se han podido mantener. Sara Flores, como joven dice que “eran noticieros que parecían cansados, abordaban noticias nacionales, internacionales, locales, salud, cultura, deportes y entrevistas, pero desapareció por falta de personal porque no a todos nos gusta prensa”.

Las expectativas de volver a lanzar un noticiero persiste en algunos jóvenes de la radio, el problema radica en que la mayoría de miembros presentan más interés por hablar ante un micrófono; es decir, ser un locutor y no un periodista que reporte e informe a su comunidad del acontecer local de una forma más dinámica.

En torno a ésta temática, durante la investigación se realizó una serie de capacitaciones para monitorear y motivar a los jóvenes a involucrarse activamente en un área de prensa, y así mantener informada a su comunidad.

⁹² QUIJANO, Armando (2006) Entrevista, Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”. Universidad de El Salvador.

A partir de la capacitación se identificó que en su mayoría los jóvenes entre los 11 y 24 años de edad les interesa más locutar, esto por la falta de conocimiento del trabajo que se realiza en el área de prensa.

Durante la capacitación impartida a 21 miembros tanto de la radio como miembros de sonidos locales aledaños, unos 10 mostraron cierto interés para formar parte de esta área; aunque lo que más se les dificultó fue la redacción y el reconocimiento de dónde está la noticia.

Cabe mencionar que durante las visitas hechas a la radio, se pudo observar que durante las horas del día llegan distintos jóvenes que colaboran con la radio, pero que por no tener a alguien que les oriente en el qué hacer, pasan en la radio la mayor parte del tiempo platicando y sin hacer algo que tenga que ver con el área radiofónica.

El poco tiempo disponible debería tomárseles muy en cuenta y aprovechar al máximo su creatividad, energía, tiempo y destrezas de los jóvenes.

Por eso surge la necesidad de establecer estrategias para la consolidación del Área de Prensa, y así aprovechar de mejor manera el recurso humano y técnico con el que se cuenta, e informar con responsabilidad a la audiencia a través de la formación de un noticiero local o de algún espacio que aborde temas de interés local.

¿Y qué decir del perfil de Radio Guazapa? ¿Cumple o no el de una radio comunitaria?. Se retoma en este punto las ideas básicas planteadas por José Ignacio López Vigil, quien define el perfil de las radios comunitarias desde la perspectiva negativa y positiva.

En lo que respecta al primer enfoque (negativo) lo que distingue a la radio comunitaria no es ni el criterio territorial, ni la ubicación en el espectro radioeléctrico (frecuencias de FM o AM), ni la forma de propiedad del medio, ni el modo de producción radiofónica, ni siquiera el pasar o no pasar publicidad comercial, ni mucho menos contar o no con licencias para transmitir (legales o piratas).⁹³

A continuación se presentan los puntos planteados por López Vigil.

1. “Las radios comunitarias no tienen porqué limitarse a la baja potencia o a la cobertura estrictamente local”. Un claro ejemplo de ello, es que Radio Guazapa no se limita a un territorio local ya que con el nuevo equipo ha ampliado su cobertura a los municipios aledaños, “ha mejorado bastante porque antes no tenía tanta cobertura, hoy llega a Apopa, Nejapa, Aguilares, Chalatenango, entre otros”⁹⁴.

2. “Lo comunitario tampoco se define por el lugar que ocupe en el espectro de frecuencias”. Radio Guazapa forma parte de la Red de ARPAS con la frecuencia 92.1 FM, frecuencia otorgada a las radios comunitarias, pero Vigil no presta atención a la frecuencia, más bien presta importancia a la radio que favorezca la opinión pública y el bien común independientemente del canal por el cual transmiten. Aspecto que momentáneamente la radio no está trabajando en su máxima expresión.

3. “La propiedad sobre el medio no es la que determina su inclusión como comunitaria”. Por el hecho que Radio Guazapa funcione como una fundación con perfil comunitario no significa que lo sea, es necesaria la “libertad de expresión, el pluralismo de ideas, y la promoción de la justicia”.

⁹³ PÉREZ y AYALA RAMÍREZ, Op. Cit. p. 64

⁹⁴ DÍAZ QUINTANILLA, José Mario (2006) Entrevista. Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”. Universidad de El Salvador.

4. “La radio comunitaria no es la radio de aficionados; al contrario, porque se busca servir de la mejor manera al pueblo, el modo de producción radiofónica debe ser tanto o más profesional que las radios comerciales. Esto implica capacitación permanente, uso de tecnologías apropiadas y evaluaciones periódicas sobre nuestro quehacer comunicativo.”

De ahí surge la necesidad que Radio Guazapa realice producciones enfocadas al que hacer comunitario y no sólo a cuñas publicitarias. Además, que el personal se capacite y evalúe permanentemente para poder conocer las debilidades y amenazas que la radio y su personal puedan tener.

5. “Una radio comunitaria puede vender publicidad y transmitirla sin que eso conlleve necesariamente a perder su carácter de servicio social”.

Por el hecho que Radio Guazapa venda publicidad no significa que tiene que dejar de lado su carácter social porque algunas veces eventualmente lo ha hecho con algunas instituciones de la zona. Un ejemplo es que “hace tres años la radio contaba con un espacio de 15 minutos para que la Cruz Roja. En él se daban a conocer las actividades hechas durante la semana. Actualmente, la radio regala espacios publicitarios cuando la Cruz Roja realiza alguna actividad”⁹⁵.

6. Uno de los aspectos importantes para una radio es que “la frontera de lo comunitario tampoco pasa por contar o no con la licencia para transmitir”.

En otras palabras, es mejor contar con la legitimización que la audiencia le da a la emisora siempre y cuando, esa legitimidad sea por su papel como educadora y formadora del desarrollo de la sociedad civil, que contar con una frecuencia asignada.⁹⁶

La definición en positivo que López Vigil presenta de las radios comunitarias se basa en los fines que tenga la radio: “Promover la participación de la ciudadanía en los medios de comunicación, ayudar a resolver los problemas de sus destinatarios, impulsar el pluralismo y la identidad cultural, potenciar el uso de la radio para el desarrollo de la persona humana y de la comunidad, difundir y promover los derechos humanos

⁹⁵ ORELLANA, Anibal (2006) Entrevista. Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”. Universidad de El Salvador.

⁹⁶ PÉREZ y AYALA RAMÍREZ, Op. Cit. p. 65

fundamentales. En otras palabras, el objetivo principal de este quehacer radiofónico es garantizar el poder de la palabra para la mayor parte de la sociedad”.⁹⁷

Al hablar de Radios Comunitarias no se pueden dejar de lado los ejes de la programación para contribuir a las comunidades, estos se definen como culturales, educativos y al servicio de las mayorías.

El eje cultural pretende con su programación el cultivo de la realidad en sus dimensiones política, económica, social, religiosa, etc. Este aspecto se hace en torno a la producción de espacios informativos donde no solo se destacan noticias, sino también la formación de una conciencia colectiva, responsable y crítica a través de comentarios, debates, sondeos, reportajes, entrevistas y otros.

Para conocer y difundir la identidad cultural del pueblo salvadoreño y contribuir a su formación es necesaria la reformulación de programas especiales, aspectos en los cuales Radio Guazapa hasta el momento ha tenido pocas experiencias, pero no ha logrado establecerlos en su totalidad.

“Cuando se priorizan los espacios orientados a enriquecer la conciencia personal y colectiva a través de espacios que promueven los derechos humanos, la protección del medio ambiente, el fomento de la cultura de paz, la salvaguarda de la identidad nacional y el respeto a la dignidad humana”⁹⁸, es entonces cuando se pone en práctica el eje educativo en la programación de la radio.

El trabajo dentro de la radio debe ir destinado a toda la población que vive injustamente desposeída de sus derechos para que accedan al poder de la palabra a través de las ondas sonoras.

⁹⁷ Ídem, p. 65

⁹⁸ Ibíd. p. 71

En este caso en particular no se evidencia un eje o ejes como tal que dirija a la radio, hasta su mismo director sostiene que “el eje principal tendría que ser la comunicación a la comunidad pero no en exquisitez musical, sino en información para que a través de la radio ayudar a solucionar los problemas de la sociedad”.⁹⁹ Por lo que es necesario que Radio Guazapa retome los ejes en su programación.

Las radios comunitarias de El Salvador forman parte del movimiento mundial que lucha por democratizar el espectro radioeléctrico, a través de los vínculos que existen con asociaciones a nivel nacional e internacional como ALER, AMARC y ARPAS (mencionadas anteriormente).

En nuestro país este tipo de radios surgen en el escenario político de los Acuerdos de Paz para contribuir al desarrollo de la comunidad, asumiendo como condición básica situarse en la realidad de la sociedad civil para servirle mejor y responder a los intereses del bien común.

Con la presente investigación se profundiza en el papel que juega Radio Guazapa, para presentar una alternativa en la transmisión de espacios que orienten a la sociedad civil, con respecto al resto de emisoras que se escuchan en la localidad.

El aporte de nuestra investigación es conocer la programación y proceso periodístico que muestra dicha emisora, para hacer una propuesta del tratamiento informativo que contribuya al fortalecimiento del desarrollo y formación de su localidad.

⁹⁹ CÁRCAMO. Salvador, Op. Cit.

Para ello, luego de conocer la situación actual de Radio Guazapa en cuanto a su funcionamiento, programación, estructura organizativa, infraestructura, políticas de trabajo, y su forma de trabajo, se analizarán y propondrán nuevas alternativas de tratamiento informativo que propicien una ciudadanía participativa y que ayuden al desarrollo de la comunidad. Así mismo, proponer alternativas viables para la agenda periodística que manejan las emisoras comunitarias.

CAPÍTULO V

PROPUESTA DE TRATAMIENTO INFORMATIVO

5.1. PROPUESTA DE TRATAMIENTO INFORMATIVO PARA RADIO GUAZAPA

Radio Guazapa comienza a funcionar oficialmente el 28 de mayo de 2001, bajo la frecuencia de ARPAS 92.1 F.M. y con el slogan “La Voz del Progreso”, sin duda alguna marca un gran cambio para la comunidad de Guazapa.

Desde sus inicios hasta la actualidad ha pasado por una serie de etapas que le han permitido alejarse o acercarse de los perfiles y ejes de las radios comunitarias dependiendo de la coyuntura que rodea a la radio y miembros de la misma.

Para mejorar el trabajo que Radio Guazapa ha desarrollado durante los cuatro años de transmisión ininterrumpida, en este capítulo se proponen algunas alternativas que la emisora podría adoptar y ejecutar para reorientar su trabajo conforme a los principios básicos de las radios comunitarias y así contribuir al desarrollo local.

Tomando como base que las Radios Comunitarias son también concebidas como alternativas, retomamos lo que Carlos Ayala Ramírez considera como tal: “Lo alternativo es un concepto histórico que, por referirse a realidades cambiantes que dependen de la situación estructural y coyuntural en la cual se desenvuelve, ha ido cobrando un significado distinto, según el momento del proceso y según el contexto en el que surge”¹⁰⁰.

Es decir que Radio Guazapa como medio comunitario tiene el compromiso de ser la alternativa para que la palabra se democratice en la localidad y sus municipios aledaños.

¹⁰⁰ CARBALLO y ROMERO, Op. Cit., Pág. 62

Cabe aclarar que lo alternativo no significa que tienen que ser flexibles a todo tipo de contenidos en sus programas, como las radios comerciales que son flexibles y le dan más énfasis a la publicidad, programación musical y espacios que generen ingresos económicos; sino que lo alternativo implica la pluralidad de opiniones que genera la población para que ejerzan su derecho a comunicarse y expresarse.

Para que Radio Guazapa se convierta en una alternativa de comunicación en la localidad es necesario reorientar su perfil como comunitaria y por lo tanto su misión, visión, formato, programación y tratamiento informativo. Retomamos lo mencionado en capítulos anteriores, página 20 y 95 donde se habla del perfil de las radios comunitarias.

Una radio comunitaria es aquella que promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses: “Si responde a los gustos de las mayorías; si informa verazmente; si ayuda a resolver los problemas de la vida cotidiana; si en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; si se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; si la palabra de todos vuela sin discriminación ni censura; si no se tolera ningún tipo de dictadura, entonces y sólo entonces, ésta es una radio comunitaria”.

101

Los medios de comunicación tienen una misión y una visión que rigen el trabajo y perfil del medio. En este caso la emisora en estudio tiene como misión “*Servir e integrar esfuerzos de la comunidad a través de la comunicación para informar en forma imparcial con responsabilidad y sin fines de lucro*”. Misión que para que responda al perfil de una Radio Comunitaria necesita ser ejecutada. Sin embargo, Radio Guazapa, aunque la tiene bien definida, necesita buscar las herramientas necesarias para que ésta se cumpla, unificando esfuerzos con los distintos entes de la comunidad (organizaciones, instituciones, audiencia, etc.) para trabajar en conjunto.

¹⁰¹ PÉREZ y AYALA RAMÍREZ, Op Cit. Pág. 65

Además, la misión involucra en su concepto el trabajo de “informar de forma imparcial con responsabilidad y sin fines de lucro”. Esto requiere de un cambio o reestructuración en la programación que es casi musical, incorporando programas como noticieros, reportajes y micro cápsulas que orienten con responsabilidad a la comunidad; porque el aspecto informativo no se está trabajando permanentemente.

En cuanto a su visión “*Ser una empresa líder dentro de la ciudad de Guazapa y una escuela de aprendizaje*” por el momento trabaja por ser una empresa líder dentro de su localidad, dándose a conocer ante la audiencia con una programación musical y espacios publicitarios, sin incluir espacios informativos y de orientación.

“A mi modo de ver la radio es más comercial que comunitaria porque le toma más importancia a las cosas publicitarias”, asevera la Dra. Ingrid Peraza.

Dentro de su visión Radio Guazapa también busca ser una escuela de aprendizaje. Pero para poder serlo, necesita trabajar no sólo con el recurso humano interno, sino también con la audiencia que la emisora tiene.

Aunque cuenta con un personal de 35 jóvenes que reciben una capacitación de cuatro meses, no se aprovecha al máximo éste recurso humano y la creatividad que ellos puedan tener.

Para ser una escuela de aprendizaje a la población en general, es necesario reorientar su programación presentando programas educativos que contribuyan a incrementar el acervo cultural e informativo de la audiencia.

Si Radio Guazapa es una radio comunitaria no puede ser una empresa mercantil, porque según López Vigil “una radio comunitaria puede vender publicidad y transmitirla, sin que eso conlleve necesariamente a perder su carácter de servicio social”¹⁰².

¹⁰² Ídem., pág. 65

“El dinero es como la sangre: las radios comunitarias, organismos vivos, necesitan de ella, pero no viven para ella. La radio estrictamente comercial sí hace del dinero la razón principal de su funcionamiento”, agrega Vigil.¹⁰³

Uno de los retos más grandes para las radios comunitarias es ponerse a la vanguardia con las radios comerciales sin perder la visión comunitaria.

Esto conlleva una modificación de la visión de la radio en estudio:

“Ser una radio líder dentro de la ciudad de Guazapa y una escuela de aprendizaje”

También, se propone una nueva visión que presente a Radio Guazapa como un medio de comunicación que consolide la democratización de la palabra (participación ciudadana), e incluya el objetivo de ser una escuela de aprendizaje (para su personal humano y la audiencia) y así contribuir a alcanzar el desarrollo de sus localidades de manera efectiva proyectando formas novedosas de interacción (emisor-receptor y viceversa).

Visión: **“Ser una radio de micrófonos abiertos donde todos y todas aprendamos de nosotros mismos a través de la interacción comunitaria”**

Cabe aclarar que aunque se proponen dos visiones, el medio debe optar por alguna o plantear una propia que se adecue de mejor manera a los principios de la radio.

¹⁰³ Ídem, pág. 65

MISIÓN Y VISIÓN DE RADIO GUAZAPA		
MISIÓN	VISIÓN ACTUAL	PROPUESTA DE VISIÓN
Servir e integrar esfuerzos de la comunidad a través de la comunicación para informar en forma imparcial con responsabilidad y sin fines de lucro”.	Ser una empresa líder dentro de la ciudad de Guazapa y una escuela de aprendizaje	Ser una radio líder dentro de la ciudad de Guazapa y una escuela de aprendizaje
		Ser una radio de micrófonos abiertos donde todos y todas aprendamos de nosotros mismos a través de la interacción comunitaria

En cuanto al formato de la radio se evidencia que es musical en su mayoría, debido a que su programación versa sobre diversos géneros musicales.

Es por esta razón que se propone a Radio Guazapa adoptar una postura donde defina claramente su formato de trabajo. Es decir, que trabaje bajo un lineamiento con mayor apertura a los miembros de la comunidad en su programación.

Esto es importante porque al tener definida su forma de trabajo, se puede establecer sin mayor problema la programación que regirá a la radio.

Es necesario retomar ejes temáticos por los cuales se rija la programación. Para el caso, López Vigil, establece que las Radios Comunitarias se definen porque abordan temáticas culturales, educativas, y trabajan al servicio de las mayorías.

Tomando como base el slogan “La voz del progreso”, la misión y visión de Radio Guazapa se deduce que la radio debería trabajar como ejes temáticos el desarrollo sostenible y el área educativa. Esto puede abordarse en programas donde se realcen los valores y principios, el turismo, se oriente a la juventud, donde se promueva el comercio interno, espacios que han quedado de lado en la programación de la radio.

Por esta razón, se propone para Radio Guazapa la implementación de programas donde se aborden estos temas (educativos y de desarrollo sostenible) y se incorporen espacios que promuevan la conservación del medio ambiente, la equidad de género, los derechos humanos, la participación ciudadana, el trabajo comunitario, entre otros. Programas que estén acorde a las necesidades y preferencias que la audiencia tiene.

“Sería bueno que transmitan información que ayude a la misma comunidad en temas que tengan que ver con la delincuencia, o cosas que nos beneficien a todos” afirma la doctora Peraza, dentista de la localidad.

	EJES DE TRABAJO	PROPUESTA DE EJES TEMÁTICOS
SLOGAN: La voz del progreso	Desarrollo sostenible	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conservación del medio ambiente ✓ Equidad de género ✓ Derechos humanos ✓ Participación ciudadana ✓ Trabajo comunitario
MISIÓN: <u>Servir e integrar esfuerzos de la comunidad a través de la comunicación para informar en forma imparcial con responsabilidad y sin fines de lucro</u>	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo sostenible Educativo 	
VISIÓN: Ser una radio líder dentro de la ciudad de Guazapa y una <u>escuela de aprendizaje</u>	Educativo	

Pero ¿Cómo abordar estos ejes temáticos dentro de la programación?

Puede abordarse de distintas maneras. Una de ellas es a través de diversos programas como Entrevistas, o adoptar géneros periodísticos como reportajes, micro cápsulas, radio revistas, diálogos, radio novelas, entre otros.

Lo que cabe aclarar es que la radio ha logrado un posicionamiento en la localidad o audiencia con una programación casi en su totalidad musical.

El lograr el posicionamiento de la radio en la audiencia es una gran ventaja que puede ser aprovechada con la implementación de una nueva programación que incorpore el uso de diversos géneros de corta duración, abordando algún tema para la juventud, para la mujer, para la niñez, y para todos los pobladores locales.

Al hablar de la incorporación de géneros periodísticos dentro de la radio, no estamos hablando de un cambio en la programación de Radio Guazapa, sino de reorientar su trabajo sin perder la legitimidad que la audiencia le da por su programación musical.

Esta nueva forma puede ser muy amena si dentro de cada espacio musical hay breves reportajes, micro cápsulas, etc., que contribuyan al Desarrollo Local, pues al revisar el horario y el tipo de música que se presenta parece que la audiencia está segmentada por los géneros musicales.

Para el caso, el turno de Martín Rivas, de 12:00 m.d. a 3:00 p.m., es escuchado mayormente por las personas adultas, debido al segmento musical “Adulto Contemporáneo Inglés-Español” que se presenta durante este turno.

Lo mismo sucede durante el turno de 6 a 9 de la noche, que es escuchado más que todo por los jóvenes, por ser la hora del perreo, el pop y la música romántica.

Tomando como base que nuestro objetivo no es cambiar la programación de la radio sino reorientarla, proponemos que los distintos géneros periodísticos sean retomados de acuerdo a la segmentación de audiencia que se tiene.

Por ejemplo, si se sabe que los jóvenes escuchan mayormente el turno de la noche, se podría abordar por medio de un pequeño reportaje o una micro cápsula de cinco minutos algún tema de interés para la juventud de Guazapa. Esto no quiere decir que sólo la

programación de ese turno es para los jóvenes, pues también puede ser escuchado por otro tipo de audiencia (un padre de familia, una ama de casa, un poblador de la zona) que se involucre y enriquezca el tema abordado durante el turno, participando activamente, ya sea a través de la línea telefónica o alguna opinión (como invitado especial), permitiendo de esta manera democratizar la palabra.

Otra alternativa para saber a qué público se quiere dirigir la emisora, es hacer una “Segmentación y Gustos de Audiencia”.

Tomando como base que la población urbana que escucha la emisora es del 46% y rural de 54% y que tiene un porcentaje de analfabetismo, es importante reestructurar una programación acorde a los gustos y a la audiencia.

Por ello, se propone un Estudio de Gustos de la Audiencia, que permita conocer lo que la audiencia quiere escuchar. Además, es importante que el vocabulario utilizado por los locutores sea coloquial, sin caer en la degradación del idioma.

El tipo de audiencia también es importante retomarlo para los reportajes, informativos, micro cápsulas, etc. y todo tipo de producciones que se hagan para determinar por medio de ello el tipo de lenguaje que se utilizará de manera que sea claro, sencillo y acorde para que pueda ser fácilmente entendible por toda la comunidad. Además retomar temas de interés para ellos, y no temas que no involucren a la sociedad.

Esta segmentación se puede hacer a través de la Creación de un Grupo de Investigación integrado por algunos miembros practicantes de Radio Guazapa, que indague acerca de lo que la gente necesita y quiere escuchar, el tipo de radioescuchas, sus horarios y cuáles son sus prioridades. Esto para abordar los temas de la agenda informativa que registrará a la emisora.

El grupo puede usar como técnica de investigación la entrevista, la encuesta, o el focus group. La entrevista permite obtener antecedentes detallados a preguntas específicas.

La encuesta utiliza como instrumento el cuestionario, que a través de preguntas abiertas o cerradas permite conocer cuál es la postura de la audiencia.

El Focus Group o grupos de enfoque es una estrategia de investigación para entender las actitudes y comportamientos del público. Un grupo de personas son entrevistadas de manera simultánea con un moderador que los guía en una discusión a fin de conocer los gustos y preferencias de la audiencia.

Con el empleo de estas técnicas, se pueden conocer cuáles son los gustos que la audiencia tiene, para tomarlos en cuenta e implementarlos durante la programación que la radio presenta.

En este punto surge también la necesidad de hablar de la programación para proponer algunos temas sobre los cuales se podría indagar e investigar.

Si partimos de los ejes temáticos antes mencionados, del tipo de población que sintoniza la radio, de los pobladores locales, y de los gustos de la audiencia, a continuación se proponen temas para trabajar.

Tomando como base que la mayor parte de la población trabaja la ganadería, la agricultura familiar y la siembra de caña en pequeño, se propone trabajar con espacios informativos de corta duración que aborden temas como la crianza de ganado vacuno, la orientación de las leyes que protegen y exigen el trato del ganado, sus procesos de compra y venta, las formas de conservación de los suelos para la agricultura, cómo hacer efectiva la siembra de caña, y los beneficios de producir y comercializar la caña, entre otros.

Radio Guazapa, como radio comunitaria debe trabajar con un formato dinámico y responder a las necesidades de comunicación que tiene la población. La conservación del medio ambiente, la equidad de género y la conservación del patrimonio e identidad cultural, son ejes temáticos que la emisora también debería abordar en su programación.

El tema de la equidad de género es otro que no puede dejarse de lado, donde las mujeres, amas de casa, señoras de la tercera edad, jóvenes y el sexo femenino en general puedan tener orientación acerca de las formas de desarrollo para sí misma y de cómo contribuir en su comunidad.

Esto se puede hacer invitando a mujeres especialistas en algún tema, presentando espacios para la mujer y sus inquietudes, y dándole mayores y mejores posibilidades para que el sexo femenino se desarrolle en el ámbito radiofónico dentro de la radio.

Pueden abordarse temas de cocina, consejos de belleza, la promoción de los derechos de la mujer, cómo contribuir en las labores domésticas y las de su municipalidad, la mujer profesional, etc.

La señora Marta Julia de Berrios, ama de casa de Guazapa afirma que “sería bueno que se incluyera una capacitación para cocina, y se retomaran actividades propias de las mujeres”. Además, propone como horario alternativo el turno de la mañana. “Yo pienso que en la mañana uno a veces está haciendo limpieza o haciendo sus quehaceres, y es cuando más escucha la radio”¹⁰⁴.

Otro tema importante que se podría retomar dentro de la programación de la radio es el fomento del turismo. Puede ser a través de mini reportajes u otro tipo de género periodístico en los que se hablen de las bellezas naturales de Guazapa y a nivel nacional.

Para el caso se podría hablar de las bellezas naturales del Cerro de Guazapa, su historia como uno de los lugares estratégicos para la guerrilla durante el conflicto armado, las Ruinas de Cihuatán, el río que lleva el nombre de la localidad, entre otras cosas.

¹⁰⁴ ORELLANA DE BERRIOS, Marta Julia (2006) Entrevista, Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador.

José Mario Quintanilla Díaz, joven de la localidad asevera que “El cerro de Guazapa ha sido una riqueza para los guazapences porque bastantes turistas vienen, pero lastimosamente no hay gente de la localidad que vaya a enseñar las riquezas que hay en el cerro. Allí hay un bosque que se llama El Imposible y casi nadie lo visita porque no lo conocen. Además, tenemos la dicha de pasarnos para el Guayabal, nos trasladamos a ese lugar para las fiestas”¹⁰⁵.

Temas que también podrían retomarse para hablar del medio ambiente. Para fomentar la cultura ecológica a través de las ondas sonoras de Radio Guazapa se propone abordar programas informativos en los que se hablen acerca de las normas y hábitos para la conservación de su hábitat, promover campañas de arborización, reciclaje de la basura, conservación de suelos, crear conciencia ambiental a través de la participación en diversas campañas ambientales, tener una franja a la semanal donde se hablen de estos temas, e incluso los mismos pobladores podrían hacer programas como radio revistas en las que se planteen problemas como la contaminación, la conservación del agua, la tala de árboles, etc.

El enfoque cultural puede ser abordado hablando de la preservación del patrimonio histórico-cultural, la remodelación de la municipalidad. Se pueden crear franjas culturales que hablen de temas culturales como las ruinas que posee nuestro país, promover el municipio de Guazapa y sus alrededores como un espacio turístico para los extranjeros, su folklore, las fiestas patronales de esos municipios, sus bailes, entre otros.

La población juvenil y niñez del municipio no se pueden dejar de lado. Para el caso se pueden hacer reportajes que aborden temas que orienten a la juventud y fomenten valores, principios y la cultura, como las artesanías, las drogas, las infecciones de transmisión sexual (ITS), el noviazgo, el sexo, la música, los embarazos a temprana edad, temas que orientan a los jóvenes y que son de interés para ellos.

¹⁰⁵ DÍAZ QUINTANILLA, José Mario. Op. Cit.

José Mario Quintanilla Díaz, joven de la localidad opina al respecto. “Está la Casa de la Juventud, una casa súper linda que se podría ocupar y darle vida. Queremos que la radio se una al proyecto de la juventud, a la Casa de la Juventud, y que fomente en los jóvenes valores y principios abordando temas sobre el arte, la cultura, el deporte”.¹⁰⁶

Para contribuir al mejoramiento de la programación y hacerla más amena, también se propone que el locutor aborde un tema específico como hilo conductor durante su turno, tema que se acople al tipo de público que escucha ese turno.

También es importante recalcar que los temas que se aborden sean de orientación y promuevan el desarrollo de la localidad.

Durante el turno también se propone tener línea abierta para que el público participe y dé su opinión sobre el tema, con esto se propicia la democratización de la palabra.

Cabe aclarar que el abordar una temática durante un turno, requiere de una preparación y documentación previa por parte del locutor para conocer y tener dominio sobre el tema, esto implica un mayor compromiso del locutor.

¹⁰⁶ Ídem.

EJES TEMÁTICOS QUE PODRÍAN RETOMARSE EN LA PROGRAMACIÓN

EJE TEMÁTICO	TEMAS QUE SE PODRÍAN RETOMAR
La mayor parte de la gente trabaja la ganadería, la agricultura familiar y la siembra de caña en pequeño	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La crianza de ganado vacuno, ▪ la orientación de las leyes que protegen y exigen el trato del ganado, ▪ los procesos de compra y venta de ganado vacuno, ▪ las formas de conservación de los suelos para la agricultura, ▪ cómo hacer efectiva la siembra de caña, ▪ los beneficios de producir y comercializar la caña, entre otros.
Equidad de género	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las mujeres, amas de casa, señoras de la tercera edad, jóvenes y el sexo femenino pueden ser orientadas de las formas de desarrollo para sí misma y su comunidad, ▪ invitando a mujeres especialistas en algún tema, ▪ dándole mejores oportunidades al sexo femenino para que se desarrolle en el ámbito radiofónico dentro de la radio, ▪ abordar temas de cocina, consejos de belleza, la promoción de los derechos de la mujer, cómo contribuir en las labores domésticas y las de su municipalidad, la mujer profesional, etc.
La conservación del medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se propone abordar programas informativos acerca de las normas y hábitos para la conservación del hábitat, ▪ la conservación de suelos, ▪ promover campañas de arborización, ▪ reciclaje de la basura, ▪ diversas campañas ambientales, ▪ la contaminación, ▪ la conservación del agua, ▪ la tala de árboles, etc. ▪ tener una franja a la semanal donde se hablen de estos temas, ▪ los mismos pobladores podrían hacer programas como radio revistas.
Conservación del patrimonio e identidad cultural	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hablar de la preservación del patrimonio histórico-cultural, ▪ la remodelación de la municipalidad, ▪ crear franjas culturales o una radio revista que hable de las ruinas que posee el país, ▪ promover su folklore, las fiestas patronales, sus bailes, entre otros.
Fomento del Turismo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se podría hablar de las bellezas naturales del Cerro de Guazapa, ▪ su historia como uno de los lugares estratégicos para la guerrilla durante el conflicto armado, ▪ las Ruinas de Cihuatán, ▪ los recursos naturales del Bosque El Imposible ▪ el río que lleva el nombre de la localidad, entre otras cosas.
La población juvenil y la niñez	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabajar reportajes que aborden temas que orienten a la juventud, ▪ las artesanías, ▪ las drogas, ▪ las enfermedades de transmisión sexual (ITS), ▪ el noviazgo, ▪ el sexo, ▪ la música, ▪ los embarazos a temprana edad, ▪ el arte, la cultura y el deporte, entre otros.

Al hablar de la programación también retomamos el programa “Los tigres del Norte”, patrocinado por la Alcaldía de Guazapa. Por tratarse de un programa patrocinado por una institución que se debe a la comunidad y trabaja para ella, debería reorientar su espacio para presentar micro programas donde se tomen en cuenta algunas de las temáticas mencionadas anteriormente.

Posible programación para el programa patrocinado por la Alcaldía:

TIEMPO	PROGRAMACIÓN
5 min.	Presentación del espacio y música
5 min.	Reportaje, micro cápsula, o radio revista que aborde un tema de interés local
10 min.	Música
5 min.	Micrófono abierto a la población para comentar sobre el tema, dar alguna opinión o hacer denuncias
5 min.	Estos cinco minutos serán distribuidos durante toda la media hora para presentar cuñas publicitarias, viñetas y anuncios. Además, para hacer el cierre del programa.

Otro tema que no se puede dejar de lado al hablar de la programación es el escaso trabajo que se hace en la elaboración de productos radiofónicos, y la falta de programación informativa y noticiosa.

Programación que es necesaria si se toma en cuenta que las radios comunitarias deben adoptar formas para abordar los problemas del desarrollo local en su territorio. “Para producir una programación informativa no basta saber cómo hacerlo. Hace falta el personal preparado y una sala de redacción bien equipada”.¹⁰⁷

Dentro de Radio Guazapa, es evidente que las funciones de prensa han sido relegadas para invertir mayor tiempo a programas netamente musicales y trabajo de promoción, como cuñas publicitarias, viñetas y espacios pagados.

¹⁰⁷ ALER, Manuales de capacitación 8 “El noticiero popular”, pág. 73

Aunque existe el interés por parte de algunos miembros de la radio por reiniciar el trabajo periodístico que hace algunos años se hizo, éste no ha comenzado porque no cuenta con el personal capacitado para emitir al aire, ya sea un noticiero u otros productos informativos dentro de su programación.

Retomamos en este punto, la afirmación que hace José Ignacio López Vigil al hablar de los objetivos de una emisora comunitaria, las radios comunitarias tienen el objetivo de informar para formar, informar para inconformar e informar para transformar.

En el primer caso (informar para formar) se refiere a la formación de la opinión pública, a generar o impulsar corrientes de opinión favorables a los intereses de las mayorías nacionales. Al decir informar para inconformar se busca sensibilizar a la gente para que tome acción y pueda resolver los problemas que le conciernen a la comunidad. Por último se busca informar para transformar la conciencia de la gente y llevarla a ejecutar acciones en su localidad.

Existen radios comunitarias que aún no cuentan con su propio noticiero o transmiten solo la Red Informativa de ARPAS, como es el caso de Radio Guazapa. Para cumplir el papel primordial de informar, es necesario que existan espacios informativos.

Para iniciar este tipo de trabajo primero, antes de tener un noticiero o algún producto informativo, se debe consolidar el área de prensa dentro de la radio con un personal capacitado.

El área de prensa se encarga de recolectar información local, nacional e internacional “para mantener una programación informativa suficiente en una emisora” a través de los diferentes géneros periodísticos existentes. Ésta información puede ser transmitida por medio de un noticiero o pequeñas producciones a lo largo de toda la programación.

Según el Manual de Capacitación de ALER “para mantener una programación informativa suficiente en una emisora comunitaria, se necesitan, por lo menos, tres redactores a tiempo

completo, corresponsales capacitados por la misma emisora, una sala de redacción, y todo el equipo técnico necesario como teléfono, grabadoras, pilas, computadora, etc.”.¹⁰⁸

Pero, en este caso en particular, la radio no cuenta con un personal a tiempo completo, ya que en su mayoría son voluntarios, por lo que se recomienda formar el área de prensa con un mínimo de seis personas y un encargado del área. Este último debe estar mayor tiempo y el necesario en la radio.

De momento, los voluntarios que colaboran con la radio usan exclusivamente su tiempo libre por lo que es necesario realizar una organización del tiempo que cada uno dedica a la emisora para optimizar el recurso humano de cara a la realización y transmisión de producciones informativas y radiofónicas.

El jefe de prensa se encarga de “seleccionar diariamente las noticias, revisa lo redactado por otros antes de que salga al aire, coordina y planifica el noticiero, escribe el comentario y una que otra sección”.¹⁰⁹

También hay dos o más personas “encargadas del acontecer nacional e internacional, en algunas ocasiones uno de ellos puede escribir el comentario”; y tres o más encargados del acontecer local. “Son los responsables de los corresponsales y mantienen más contacto con las organizaciones de la región”.¹¹⁰

Cabe aclarar que dentro de la radio cada miembro puede tener sus obligaciones y derechos; pero eso no significa que por ser el reportero de internacionales y nacionales no va a tener contacto con la localidad, pues todos en la radio tienen el deber de salir regularmente a dar cobertura local para tener un mayor contacto con sus corresponsales y la comunidad misma.

¹⁰⁸ Idem, Pág. 74

¹⁰⁹ Ibid., Pág. 74

¹¹⁰ Ibid., Pág. 74

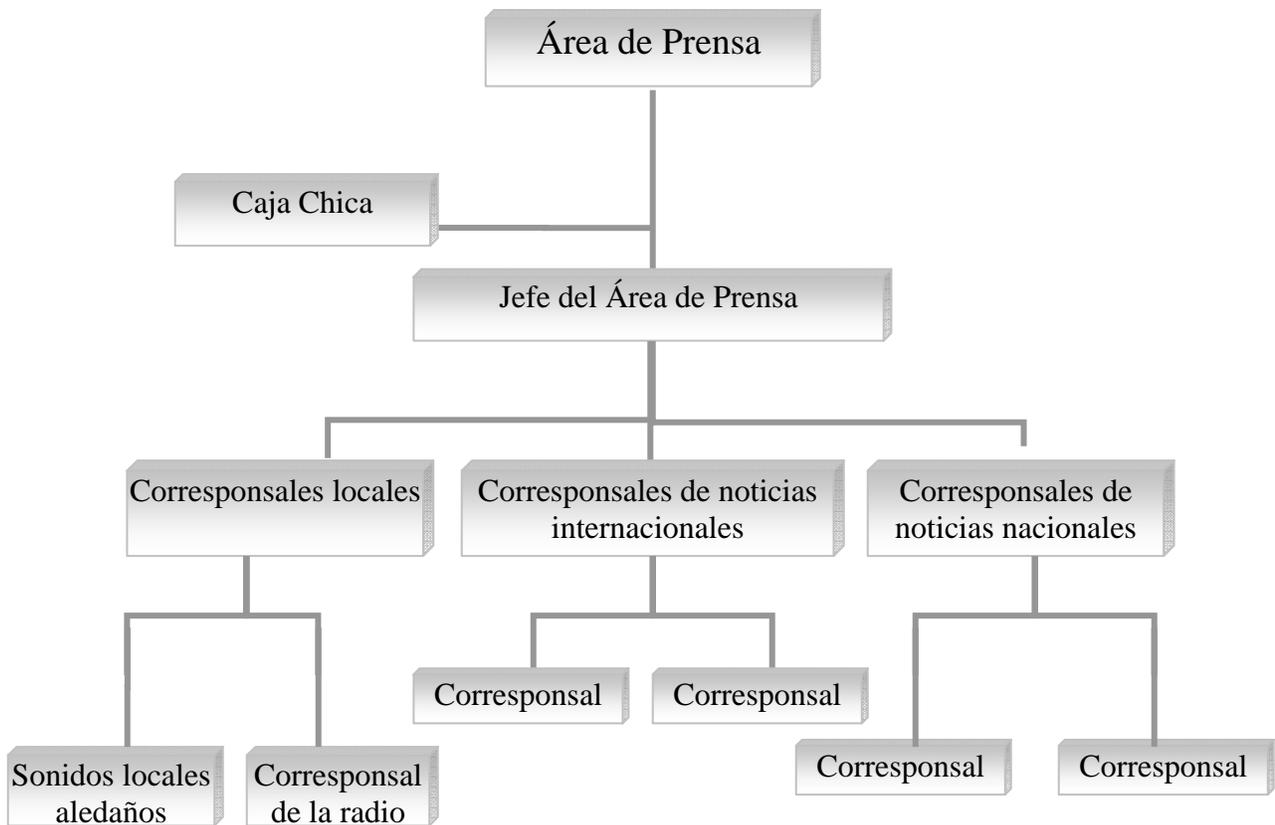
El manual de capacitaciones número ocho “El noticiero popular” de ALER sostiene que los corresponsales son los que “representan a las comunidades y al medio, razón por la cual deben ser capacitados por la emisora”.

Para el caso, tomando como base que radio Guazapa llega a diferentes lugares donde existen sonidos locales, se propone que se aproveche el recurso humano y técnico de estos sonidos para que ellos sean los corresponsales que informen de las localidades aledañas, ya sea vía teléfono, correo o grabadas.

También pueden producir entrevistas, radiodramas y otros recursos que pueden utilizarse en el noticiero o incluso en otros programas de la emisora.

Sin embargo, están claramente definidas las limitantes económicas por lo que se considera que sería necesario tener dentro de la radio una “caja chica” para contar con fondos que cubran los pasajes y alimentación de los jóvenes o adultos que por alguna circunstancia tienen que salir a dar cobertura o traer información desde otro lugar, esto por si la información no puede darse vía teléfono o Internet.

ORGANIGRAMA DEL ÁREA DE PRENSA



En torno a la situación de Radio Guazapa se puede hablar de tres alternativas para mejorar su tratamiento informativo:

Primero, a lo largo de su programación musical puede presentar pequeñas producciones periodísticas de unos cinco minutos, como reportajes, pequeños comentarios, micro cápsulas, sondeos de opinión o entrevistas, que de forma amena informen y entretengan a su comunidad acerca de lo que sucede en la localidad, o temáticas de interés nacional como el maltrato familiar, la drogadicción, el medio ambiente, etc.

En este sentido, el tema a tratar dentro de la hora musical dependerá del enfoque que el personal de la radio quiera dar a las diferentes secciones de su programación, para esto no

es necesario que deje de transmitir su programación, sino distribuir el tiempo de tal manera que el oyente no sienta tan drásticamente el cambio. Es deber de la radio enseñarle a su audiencia a escuchar y que mejor manera de hacerlo que de una forma amena.

En segundo lugar, la radio puede montar un noticiero pero que no tome como base fundamental los modelos que difunden las radios comerciales o los de la red satelital de ARPAS, pues estos son dirigidos a audiencias diseminadas en grandes proporciones geográficas y con variadas condiciones sociales y culturales.

Con esto no se está diciendo que esos noticieros no puedan gustar a la audiencia para la que fueron creados, por lo que Radio Guazapa antes que todo debe saber cuál es su audiencia meta para crear un noticiero que responda a los intereses de su localidad y sobre todo debe tener en cuenta que será de carácter local y para público sencillo.

Algo muy importante a tomar en cuenta es que ya pasó algún tiempo desde que la radio tuvo un noticiero de media hora.

Se recomienda que para que el público se interese nuevamente por escuchar este tipo de información, iniciar no con un noticiero como tal, sino con pequeñas informaciones que vayan despertando el interés en la audiencia por mantenerse informado del acontecer local. Una vez ganada cierta audiencia introducir un noticiero de 15 minutos; y si esto funciona, se podría aumentar el tiempo a media hora, pero antes no.

Porque según la investigación realizada algunos miembros de la comunidad consideraban los noticieros anteriores muy largos y aburridos. No obstante existen miembros que ven la necesidad del noticiero, como Ingrid Peraza, doctora de la localidad que considera que “sería importante un noticiero para conocer todos los asuntos internos y darnos cuenta de lo que pasa en la comunidad”¹¹¹.

¹¹¹ PERAZA DE RIVERA, Ingrid Liseth (2006) Entrevista Tesis “Propuesta de Tratamiento Informativo para Radio Guazapa”. Universidad de El Salvador.

El Alcalde de Guazapa, don Juvenal Leiva añade que “hay muchos proyectos de las comunidades de Guazapa y es necesario darlos a conocer y mantener informada a la población no solo de las cosas negativas como asaltos, accidentes o fallecidos, sino ir a las comunidades y ver las proyecciones que tienen”.¹¹²

El Lic. Armando Quijano, asevera que “debería abordarse en un noticiero informaciones locales, como alguna visita importante a la zona, el desarrollo o progreso del mercado, o el desarrollo del lugar como zona turística”.¹¹³

Otro que opina acerca del tema es el Agente de la Policía Nacional Civil, Mario Alexander Montejo Medina, quien considera que “es importante que se difundan espacios informativos pero con responsabilidad, porque es algo irresponsable decir las cosas cuando no se saben los pormenores”.¹¹⁴

Además, “fuese bueno un noticiero local y un equipo de muchachos preparados para reportear las noticias y tener sus horarios. Es bueno porque aquí suceden algunas cosas que nos damos cuenta por otras radios. Es bueno que exista un noticiero, y en él un espacio deportivo” agrega don Francisco Amaya, Músico de la localidad.¹¹⁵

La tercera alternativa que Radio Guazapa podría implementar para mejorar su tratamiento informativo es unificar las dos opciones antes planteadas. Es decir, presentar pequeñas producciones informativas en las secciones musicales y finalmente presentar “el plato fuerte”, el noticiero.

Se considera que por ser un lugar semi dormitorio sería bueno que éste fuera transmitido a principio del día antes de que sus pobladores salgan o en la noche cuando todos están de regreso y se den cuenta de lo sucedido durante su ausencia. Para don Francisco Amaya, una buena hora para transmitir el noticiero sería de las cuatro de la tarde en adelante.

¹¹² LEIVA, Juvenal, Op. Cit.

¹¹³ QUIJANO, Armando, Op. Cit.

¹¹⁴ MONTEJO MEDINA, Mario Alexander, Op. Cit.

¹¹⁵ AMAYA, Francisco, Op. Cit.

Algo que no puede faltar tampoco en el noticiero es el Editorial, ya que a través de éste se da a conocer claramente la postura del medio sobre temáticas de interés.

En cuanto al funcionamiento del tratamiento informativo no hay una receta establecida, pero la radio puede considerar buscar la ayuda necesaria en instituciones como AMARC, ARPAS, ACISAM, entre otras, para que les brinden asesoría acerca del funcionamiento adecuado de un noticiero y las diferentes producciones informativas, capacitaciones y gestionamiento para la obtención de recursos económicos.

A continuación se presenta una guía básica del formato de noticieros, que puede ser adaptable a los propios intereses y rutinas de producción de la emisora.

Modelo para un noticiero radial de 15 minutos

No.	Tiempo	Descripción
1	5 segundos	Viñeta de presentación
2	1 minuto	Bienvenida y presentación de los titulares más importantes
3	4 minutos	Presentación y noticias locales (intercalando notas simples y amplias)
4	1 minuto	Cuñas publicitarias
5	3 minutos	Presentación y noticias nacionales
6	1 minuto	Presentación y sondeo de opinión sobre alguna temática de la localidad
7	1 minuto	Editorial, postura del medio sobre determinado tema.
8	2 minutos	Presentación y noticias internacionales
9	30 segundos	Cuñas comerciales
10	1 minuto	Micro cápsula sobre alguna temática de la localidad
11	15 segundos	Despedida de presentadores
12	10 segundos	Viñeta de cierre del noticiero

Modelo para un noticiero radial de 30 minutos

No.	Tiempo	Descripción
1	15 segundos	Viñeta de presentación
2	1 minuto	Bienvenida y presentación de los titulares más importantes
3	7 minutos	Noticias locales (intercalando notas simples y amplias)
4	1 minuto 30 segundos	Cuñas publicitarias
5	5 minutos	Noticias nacionales
6	10 segundos	Viñeta del noticiero
7	2 minutos	Reportaje, nota amplia o micro cápsula de algún tema relevante de la comunidad
8	1 minuto	Editorial postura del medio sobre determinado tema
9	3 minutos	Noticias internacionales
10	10 segundos	Viñeta de introducción a la entrevista
11	4 minutos	Entrevista
12	1 minuto 30 segundos	Cuñas comerciales
13	2 minutos	Sondeo de opinión (en torno a la temática de la entrevista)
14	1 minuto 50 segundos	Noticias deportivas
15	20 segundos	Despedida de presentadores
16	15 segundos	Viñeta de cierre del noticiero

Tomando como base que la población es parte fundamental y columna vertebral de las radios comunitarias, la emisora acompaña a la comunidad en las diferentes actividades religiosas, políticas, sociales, educativas, culturales, etc. que la misma realiza.

Esto nos lleva a analizar que si bien la emisora hace un esfuerzo por acercarse a la comunidad, ésta muchas veces no lo percibe de esa forma; ya que necesita la participación activa de la población para convertir al receptor pasivo en alguien activo de la comunicación.

Es por eso que se propone que exista mayor participación de la audiencia en la programación que la radio tiene, ya sea a través de radio foros, debates, radio revista, radio dramas, mesa redonda, y la implementación de otros géneros periodísticos que permiten la participación de la comunidad.

Formatos en los cuales trabajan un buen número de personas, donde puede participar el “hombre común” y abordar diferentes temáticas e involucrar de diversas maneras a las personas que viven el problema.

Además, formatos como el Debate que buscan en la audiencia generar la discusión y controversia de posiciones encontradas frente a algún problema, para buscarle una solución.

“El valor de esos programas polémicos consiste en llevar al oyente a la conciencia de una controversia, permitiendo una postura propia acerca del tema, tras pensar en la cuestión”.

116

A través de estos formatos la comunidad tiene una participación más activa que con el micrófono abierto, pero esto no quita la importancia de la línea abierta o sondeo de opiniones en las calles.

También, la radio como medio de comunicación puede traspasar las fronteras de una cabina, y transmitir desde el parque, el mercado, o algún punto periférico de Guazapa, con formatos que involucren a la población.

Por otra parte, al hablar del recurso humano con el que cuenta la radio, la población demanda más profesionalismo de parte de los locutores. Cabe aclarar que la mayoría del personal que colabora con la radio es joven y con pocos conocimientos en el área de las comunicaciones. Además, la mayoría de ellos tiene poco tiempo de colaborar con la radio, y por lo tanto poco tiempo de practicar en la misma.

La poca experiencia, el escaso conocimiento en el área periodística y de comunicaciones, y el poco tiempo disponible para colaborar con la emisora lleva a los jóvenes a cometer

¹¹⁶ RIVERA MARTÍNEZ, Telma Patricia; IRAHETA GARCÍA, Sonia Marlene. Tesis “Propuesta a una radio estatal de una programación con orientación educativa, cultural y comercial”, UTEC, San Salvador, pág. 94

algunos errores de dicción, redacción y locución. Errores que también pudieron constatarse durante la capacitación que se hizo a 21 jóvenes de la radio.

Para fortalecer esta área y responder de mejor manera a las exigencias que la audiencia demanda, se propone que la Radio establezca un convenio de mutua cooperación con la Universidad de El Salvador u otras instituciones de educación superior que tengan carreras afines a esta rama.

Convenio que permita a jóvenes conocedores del área periodística y de comunicaciones acceder a la realización de su servicio social en dicha emisora.

Con esto la radio podría tener de forma casi constante ayuda en las capacitaciones de su personal y un mayor apoyo en la realización de producciones periodísticas, sin necesidad de pagar por ellas o realizar los trámites para recibir algunas esporádicas.

Se aclara que no se pretende dejar de lado las relaciones que se tengan con otras instituciones que contribuyan a capacitar personal, sino que sería otra forma de incrementar el tipo de ayuda para mejorar el trabajo de Radio Guazapa.

Es importante también involucrar a los practicantes en la elaboración de producciones radiofónicas. Para ello es necesario enseñarles a utilizar el programa de edición Cool Edit (utilizado por la emisora), e incentivar a los jóvenes para que ellos mismos redacten y locuten sus productos radiofónicos, llegando de esta manera no solo a producir, sino a realizar el trabajo periodístico que un producto radiofónico requiere.

Para la elaboración de estos trabajos periodísticos es necesario consolidar el Área de Producción como tal. Aunque Radio Guazapa posee un área de producción, ésta se encuentra formada por Marco Tulio Alas como editor y encargado de hacer cuñas publicitarias y viñetas de presentación.

El área de producción no puede estar compuesta por una persona, porque el trabajo de comunicación es en equipo, y normalmente el área de producción incluye a un productor, un editor, el realizador y el locutor.

El productor es el encargado de supervisar y ordenar el trabajo de los demás y las actividades de producción a desarrollar durante la semana.

El editor se encarga de ordenar la producción radiofónica a través de un programa de edición, y casi siempre está acompañado del realizador quien ordena y prepara las secuencias de los audios que se trabajan (locución, música, efectos de audio, ruidos, etc.) para hacer el producto final.

Otra pieza importante del área de producción es el locutor. Él es el que da su voz para grabar la redacción de algún producto que se emitirá. Cabe aclarar que en muchas ocasiones el que redacta algún guión, nota, o formato periodístico suele ser el que también locuta.

El área o departamento de producción varía dependiendo del tipo de programación que tenga la radio. Por ejemplo, cuando se presenta un programa en vivo, se necesita obligatoriamente un continuista, alguien que controle el tiempo, alguien que monitoree lo que sale al aire, una persona que manipule los controles, y un realizador (que en este caso se encarga de que todo los audios, música, efectos musicales estén preparados y a punto).

No sucede lo mismo con un programa en diferido, ya que es trabajado antes de salir al aire. Para el caso se podría hacer utilizando el recurso humano mencionado anteriormente, o se podrían omitir algunos cargos.

En lo que respecta a Radio Guazapa, se proponen sólo los cargos más esenciales, tomando como base de que la mayoría de programas que emite la radio no son en vivo, pero esto no les quita la característica de actualidad.

Al conocer la forma de organización de un área de producción, se propone que Radio Guazapa adopte lo propuesto para consolidar y mejorar su forma organizacional y por ende su trabajo.

Cabe aclarar que muchas veces el área de producción se subdivide en pequeñas áreas que son distribuidas dependiendo del medio y su forma de organización.

En el caso de Radio Guazapa, una sub-área podría ser la creación de La Fonoteca, área que contiene los archivos de audio que se utilizan en la radio.

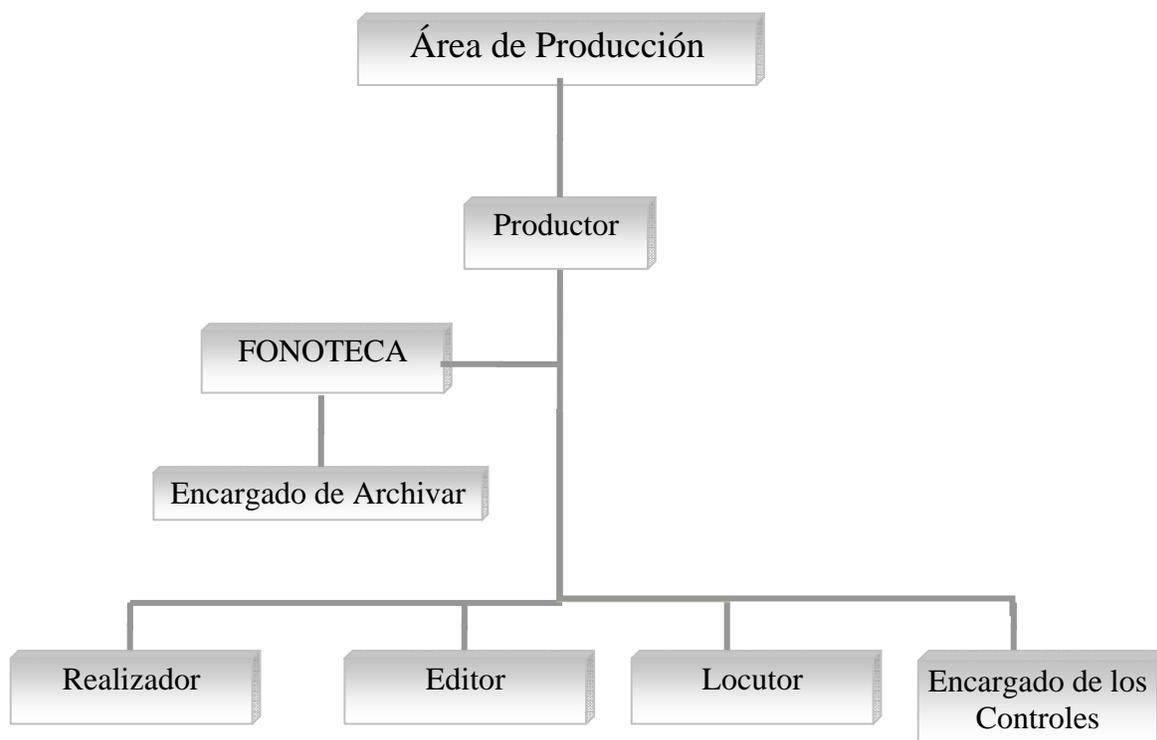
La Fonoteca puede estar formada por una persona encargada de copiar la música que está dentro del disco duro de la computadora a CD's, y llevar el control de las producciones propias de la radio, o cualquier programa que la radio presente como viñetas, noticiario, reportajes, etc.

También se propone que se guarde el archivo de acuerdo a las producciones existentes. Si es música que sea ordenada acorde al cantante, nombre del álbum y año. Si es alguna producción radiofónica (reportaje, radio revista, noticiario, viñetas, etc.) se puede hacer de acuerdo a la fecha de realización.

El encargado de esta área también debe buscar la forma de obtener diferentes productos auditivos y actualizar la música para variar en la programación que la radio tiene, y no aburrir a la audiencia presentando el mismo tipo de música y las mismas producciones.

El orden del archivo que se haga del material auditivo existente, podría ser guardado y tener un respaldo impreso en papel. Además, mantener una copia de seguridad en el disco duro de la computadora y en algún CD, para facilitar la búsqueda de alguna producción o música que se necesite.

ORGANIGRAMA DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN



El cambiar o reestructurar las Áreas de Prensa y Producción, y la implementación de espacios informativos en la programación de Radio Guazapa implica también un cambio en la forma de trabajar y capacitar al personal. Para fortalecer los conocimientos que los miembros de la radio tienen se propone reestructurar el sistema de capacitación para los aspirantes reduciendo el tiempo de la misma.

Como se menciona en el diagnóstico de la radio, el tiempo de capacitación es de cuatro meses, y es hasta los últimos quince días que el colaborador puede practicar en cabina. El reducir el tiempo de capacitación permitirá que el practicante acceda, en menor tiempo, a hablar ante un micrófono. Además, permitirá que él se interese más en adquirir el conocimiento y la experiencia.

Aparte de reducir el tiempo de las capacitaciones, se propone que se haga un plan de clases teóricas y prácticas que permita a los jóvenes asimilar de mejor manera los

conocimientos básicos en radiodifusión. Además, involucrar a los jóvenes en la realización de producciones radiofónicas durante la capacitación.

La idea es que ellos aprendan a redactar, locutar y editar sus propios productos radiofónicos mediante la práctica. Lo importante es aportar los conocimientos básicos para que ellos desarrollen nuevas y mejores formas de producción y así aprovechar la creatividad, ingenio y nuevas ideas que los practicantes puedan tener para mejorar y enriquecer la programación.

Además, la reorientación de la capacitación propone que los aprendices cuando ya conozcan los fundamentos de cómo trabajar en radio, sean ellos mismos los que enseñen a los nuevos, y la enseñanza no se concentre mayoritariamente en cinco jóvenes.

Esto por dos razones, la primera es que unos asimilan las ideas más rápido que otros, y la segunda es que todos tienen diferentes maneras de dar a conocer lo aprendido. Por eso se propone que los jóvenes que van adquiriendo los conocimientos, se conviertan posteriormente en profesores de los nuevos practicantes que se van involucrando con la radio.

Además, se propone que durante la capacitación se retomen puntos importantes para el desarrollo y conocimiento integral del estudiante. Es decir, se refuercen y amplíen los conocimientos en el área de producción, redacción y locución; áreas que no son abordadas durante la capacitación existente actualmente.

Al hablar de los locutores que actualmente tiene la radio, en el diagnóstico se ha podido comprobar que la audiencia demanda en ellos más profesionalismo. Por eso es necesario una capacitación más compleja que abarque todas las áreas que la radio tenga (producción, redacción, locución, vocabulario, etc.) para enriquecer sus conocimientos y descubrir nuevas opciones que ellos propongan.

Para tener claro el tratamiento informativo que la radio le da a sus noticias, el perfil que la emisora presenta, y los formatos periodísticos que trabaja, se propone la creación de un Libro de Estilo y Políticas de Trabajo dentro de la radio.

Un libro de estilo es un conjunto de normas y directrices que ayudan de forma básica a orientar el trabajo de un medio de comunicación y a homogenizar los productos a fin de definir una personalidad al medio.

Para todo medio de comunicación es de vital importancia formular sus propias reglas de trabajo que incluyen normas de funcionamiento, aspectos que debe cumplir el personal, visión y misión del medio y como punto central definiciones operacionales de todo lo relacionado a la información.

Lo informativo constituye una de las principales vértebras de las radios comunitarias en el sentido que éstas brindan orientación vital a los ciudadanos, por lo que es necesario regular, pero no imponer, normas al trabajo de producción informativa.

El libro de estilo debe incluir en sus primeros capítulos la visión y misión de la radio y luego establecer todos los aspectos conductuales y de funcionamiento que la Junta Directiva de la Radio desee plasmar para el buen funcionamiento del medio.

Se propone a Radio Guazapa que la formulación de su libro de estilo sea de manera participativa e incluyente con todo el personal que labora o colabora con el medio a fin de que su implementación sea más efectiva y sirva como guía de orientación al personal que en el futuro se integre a la emisora.

Por su parte, los capítulos relacionados a la parte informativa y periodística deben ser elaborados en conjunto con profesionales en la materia, por lo que a continuación se presenta un modelo básico de lo que puede contener una versión final del mismo.

ESQUEMA DE UN LIBRO DE ESTILO PARA RADIO GUAZAPA

Misión

“Servir e integrar esfuerzos de la comunidad a través de la comunicación para informar en forma imparcial con responsabilidad y sin fines de lucro”.

Visión

“Ser una radio líder dentro de la ciudad de Guazapa y una escuela de aprendizaje”

“Ser una radio de micrófonos abiertos donde todos y todas aprendamos de nosotros mismos a través de la interacción comunitaria”.

Política Editorial

Radio Guazapa se define como una emisora comunitaria, que no se rige bajo el esquema de ningún partido político ya que no tiene favoritismo por ninguna ideología coyuntural.

Además, la radio da a conocer su postura como medio en el segmento “Editorial” que se presenta en el noticiero, y en el que se expresa la postura que la radio tiene sobre algún tema de interés nacional que rige la agenda informativa.

Políticas de Trabajo

- ✓ El medio no se identifica con ningún partido político.
- ✓ El miembro o practicante debe asistir obligatoriamente a las reuniones semanales, para incluirlo en las actividades que la radio realiza.

Principios básicos sobre información y periodismo

La información es todo aquello susceptible de comunicarse que puede estar constituido por cifras, datos, opiniones o interpretaciones de personajes, entre otros y que es la materia prima del periodismo.

Los periodistas convierten la información de hechos relevantes en noticias, reportajes o crónicas que son publicadas, o transmitidas en el caso de la radio y la televisión, con una determinada periodicidad, de allí el origen del nombre de la profesión.

“El periodismo es la única profesión que empieza con cinco preguntas: qué, quién, dónde, cuándo y por qué”, según expone el Manual de Normas para la redacción de la Agencia de Noticias Efe.¹¹⁷

Lo anterior da la pauta para adoptar como una norma fija que todos los productos informativos deben dar respuesta a dichas preguntas ya que así se garantiza que las informaciones sean completas y suplan realmente las necesidades informativas de quienes se exponen a los mensajes.

Es clave diferenciar que existen distintos géneros informativos y adaptables a cada medio de comunicación, para el caso Miguel Ángel Bastenier considera a nivel general los géneros: seco o informativo puro, crónica y reportaje.¹¹⁸

Diversos autores también agregan un cuarto formato al que denominan opinativo y que incluye los artículos de opinión, comentarios y los editoriales, que también pueden producirse para el medio radiofónico.

¹¹⁷ Manual de Normas para la redacción de la Agencia de Noticias Efe

¹¹⁸ BASTENIER, Miguel Ángel (2001) El Blanco Móvil, Curso Básico de Periodismo, Ediciones El País, pág. 32

Cabe aclarar, que a pesar de ser opinativos deben fundamentarse en información precisa y objetiva, además ofrecerse como complemento de las informaciones a fin de ayudar a la audiencia a orientarse y comprender mejor la realidad social.

Los primeros tres géneros mencionados deben contestar a las preguntas básicas, pero debe observarse que cada uno tiene sus propias características, recursos, extensión y orden de aparición de las respuestas a las seis preguntas básicas.

Cabe aclarar que existen diversas tipologías sobre los género, sin embargo ofrecemos a continuación principios sobre la noticia por ser el de mayor uso y básico para la elaboración de los otros géneros.

La Noticia o género seco informativo: “Es la información sobre un hecho de interés público o común que sea novedoso, impactante, real, verdadero y de actualidad. El periodista no debe confundir al oyente mezclando la información con el comentario o el suceso de la noticia con la opinión”¹¹⁹.

La Radio debe definir concretamente qué hechos, sucesos o informaciones van a ser considerados noticias para ellos, ya que eso dependerá de las características propias de trabajo y su línea editorial, ya que finalmente la noticia es una interpretación de un fragmento de la realidad social.

¹¹⁹ DERKS, Harrie (1994) Noticieros juveniles por radio, Editorial Chasquikom, Pág. 35

Tipos de Noticia

- ✓ Nota simple: “Sólo da los datos del suceso y contiene la respuesta a las cinco preguntas básicas”.¹²⁰

En radio las notas simples suelen tener una duración de treinta segundos, aunque esto no es una norma rígida, y se utilizan con informaciones que tengan poco peso informativo, pero siempre atendiendo a la línea editorial del medio.

Esta noticia puede redactarse con boletines institucionales o con informaciones proporcionadas por una sola fuente.

- ✓ Nota Amplia: Es aquella que se utiliza para difundir informaciones más complejas que se respalda con insertos de audio de distintas fuentes a los que comúnmente se les denomina ATR (audio tape recorder, siglas en inglés).

Generalmente su duración es de un minuto y treinta segundos y se usan para las noticias destacadas de la edición, generalmente los titulares.

Estructura para redactar una noticia

“En la comunicación radial lo que realmente atrae la atención del oyente es la primera parte de una nota, su subconsciente está programado para eso, unos segundos después su concentración de oír disminuye y poco a poco presta menos importancia a lo que escucha. Al final de la nota ya no capta la información adicional, en muchas noticias los últimos detalles se pierden y quedan en el aire”.¹²¹

¹²⁰ Ídem, Pág. 41

¹²¹ Ibíd., Pág. 58

Por lo anterior, se propone el uso del esquema conocido como Pirámide Invertida, que consiste en una entrada o lead, cuerpo y cierre, destacando que la información debe exponerse de forma ordenada partiendo del dato o hecho más importantes a los de menos relevancia.

Entrada o lead: “Es la primera frase de una noticia, que generalmente en radio se refiere al ‘qué paso’. Lo más importante es captar la atención del público cuando damos una noticia, por eso el lead debe ser bien pensado y redactado”.¹²²

Es importante tratar de contestar a otras preguntas relacionadas al quién o al dónde, sin embargo no es recomendable intentar responder a todas las preguntas en el primer párrafo.

Cuerpo: Es constituido por los párrafos siguientes al lead y que brindan las respuestas al resto de preguntas que no se han contestado en el primer párrafo, da un contexto de lo sucedido y se complementa con datos y cifras.

Cierre: Es el párrafo final que generalmente se utiliza para dar una conclusión en relación a lo tratado en el lead, con el objetivo de destacar la información que es importante y dejarla en la mente de los radioescuchas.

Recomendaciones de la redacción para radio, escribiendo para que se escuche

Las siguientes recomendaciones han sido retomadas del “Manual de Radialistas Apasionados” de Ignacio López Vígil.

¹²² Ídem, Pág. 40

Es necesario escribir noticias por radio en forma tal que puedan ser comprendidas fácilmente por personas de diversas edades y diferente capacidad para entender. Un requisito básico a la hora de redactar para radio es la Sencillez para que pueda ser entendida fácilmente.

Generalmente la entrada es la parte más difícil de escribir la noticia por radio. Después que el reportero ha terminado la entrada, escribe el resto de la noticia en oraciones sencillas y pequeñas. Redactar es escribir ordenadamente con ideas claras y sencillas para que puedan ser fácilmente comprensibles.

Algunas recomendaciones de redacción:

1. Las palabras que se empleen deben ser tan sencillas como sea posible. Se debe tratar de emplear un vocabulario de uso corriente.
2. La sencillez se aplica a la estructura de la oración. La que es fácil de comprender consta de un sujeto, un verbo y un complemento.
3. La técnica de escribir oraciones breves y sencillas se adquiere con la experiencia. Si el radioescucha no puede comprender la información la primera vez, le es imposible pedir al locutor que repita lo que ha dicho.
4. En la entrada de radio el reportero no escribe un párrafo largo que conteste las cinco preguntas, escribe una entrada breve y sencilla.
5. Otra regla de la entrada de radio es no comenzar la información con el nombre de una persona que no sea bien conocida de los radioescuchas.
6. En la entrada se pueden mencionar nombres de personalidades muy conocidas y que poseen algún cargo.
7. No comenzar la nota con una larga lista de datos estadísticos.
8. No comenzar la entrada con una pregunta.
9. No usar abreviaturas. Al periodista le agradan las abreviaturas porque economizan espacio. El periodista de la radio se ve limitado por dos reglas en el empleo de las abreviaturas:

- ✓ Nunca debe emplear abreviaturas, a menos que sea común y la comprendan los radioescuchas.
 - ✓ No se debe escribir abreviaturas si se desea que el locutor pronuncie el nombre completo.
10. Si se pronuncia el nombre de una persona bien conocida en la entrada, como el presidente del país, el alcalde, el párroco, etc. en los siguientes párrafos solo se hace mención rápida de él. Omitir por completo algunos nombres si no son importantes. Primero se enuncia el cargo seguido por el nombre.
11. Los nombres de los días de la semana rara vez se emplean. Es más fácil decir “ayer”, “hoy” y “mañana”. El hoy permite darle actualidad a la noticia. También se puede utilizar “Este día”, “Hace unas horas”, “A pocas horas”, etc.
12. Cuando es necesario utilizar los datos estadísticos, se emplea una aproximación. Escribir los datos estadísticos en palabras y no en números. Esto tiene dos ventajas:
- ✓ El locutor puede leer más rápidamente el dato.
 - ✓ Existe menor posibilidad de que el locutor cometa un error al leer la cifra.
- Cuando se trate de cifras cortas (del 1 al 9) se pueden escribir en números, pero si se trata de cifras largas (del diez en adelante) es mejor escribirlas con letras
13. Reconocer el hecho noticioso. Esto requiere de que el periodista busque varias fuentes que den equilibrio y contraste a la información. Es necesario antes de comenzar a redactar una noticia, determinar el qué de la información, ya que será básico para redactar el lead y mantener la fluidez y coherencia en el resto de la noticia.
14. Hacer hincapié en la actualidad. El periodista de radio informa lo que esta ocurriendo en el mundo “en estos momentos”. Esto se consigue empleando los verbos en presente o realizando en el lead el hecho novedoso.

La fuente

La Fuente es la persona que da la información del hecho. Puede ser una persona, delegado de algún lugar, o una institución.

Se propone crear un directorio de fuentes que incluya instituciones de ayuda social local como la Policía, Cuerpos de Socorro, Unidad de Salud, Alcaldía, Iglesia, organizaciones, instituciones educativas y de servicio, etc.

El directorio debe contener el nombre del encargado, el portavoz, o alguien autorizado para brindar información a la prensa, teléfono y dirección.

Algo que cabe resaltar es que la fuente en la noticia es lo primero que se indica a la hora de escribir.

Frases utilizadas para mencionar las fuentes: “mencionó”, “ Informa”, “ha anunciado”, “según informes”, “según declaraciones”, “afirma”, etc.

Las fuentes pueden ser:

- ✓ Primarias: Cuando son personas que han vivido el suceso
- ✓ Secundarias: Personas que han visto el suceso pero no lo vivieron

El estilo de presentar las noticias para locutarlas

Las reglas de estilo en la redacción de noticias es establecida por la estación. Con el estilo el propósito que se persigue es que el locutor pueda leer fácilmente sin cometer errores al hablar.

Las reglas son muy sencillas:

1. Se acostumbra que cada artículo o nota vaya en una hoja separada de papel tamaño carta. Aunque la noticia conste solo de unas cuantas oraciones, debe ir en su propia hoja de papel.

Existen dos razones para esta regla:

- ✓ Si las hojas son de diversos tamaños, la más pequeña puede caer al suelo.
 - ✓ Los artículos o noticias pueden revolverse mientras se lee el noticiero.
2. Dejar suficiente espacio entre las líneas de la noticia. Esto permite hacer posteriormente correcciones. Si se comete algún error, táchese con una raya la palabra completa y escríbase sobre ella la palabra correcta, Por eso debe dejarse suficiente espacio entre las líneas de los artículos.
 3. Si se necesita una segunda página para terminar la noticia, la primera debe acabar con una oración completa y un punto. Lo ideal sería completar un párrafo antes de comenzar la segunda página. Si se pierde el orden de las páginas antes que el locutor las lea ante el micrófono, no dispone de tiempo para buscar la segunda página; así si ha terminado la primera página con un párrafo completo, se llega a un punto lógico para entenderse, pero sino, el locutor se hallará en aprieto.
 4. Nunca debe cortarse una palabra al final de una línea y escribir las sílabas faltantes al comienzo de la siguiente línea. Cada línea del artículo debe terminar con una palabra completa, para que la siguiente comience con una palabra completa. Con esto también se ayuda al locutor, para que lea sin tropiezos.

5. Cuando se escribe el artículo que tiene palabras, nombres o lugares con pronunciación distinta a la escritura, se puede poner entre paréntesis sobre el nombre, el sonido que debe llevar.
6. La redacción de la nota se puede presentar de dos formas:
 - ✓ a través de cuadro
 - ✓ en texto digitado continuamente

Además, siempre se indican los ATR, sonidos, música y efectos que se incluyen, aparte de la voz del locutor.

La locución

La buena locución es la base fundamental de la radiodifusión, pues una nota bien redactada puede perder su sentido original al ser mal locutada, por eso es importante pronunciar correctamente, leer a velocidad moderada y con naturalidad.

También se recomienda respirar correctamente, adoptar una postura adecuada y cómoda, respetar los signos de puntuación en la lectura, y hacer las distintas entonaciones y pausas que sugieran los signos.

Debe tomarse en cuenta además, el tipo de micrófono con el que se está trabajando para saber cuál será la distancia adecuada y poder modular el volumen de la voz.

La muestra anterior de los elementos que incluye un Libro de Estilo puede variar dependiendo del medio y su política. En el Libro de Estilo de Radio Guazapa también se pueden trabajar las políticas de trabajo que la emisora tiene.

Radio Guazapa debe tomar en cuenta cuatro lecturas muy importantes dentro de su libro de estilo:

1. *Lectura editorial*: es la posición ideológica del medio. La radio debe definir su postura y políticas de trabajo para que todo el personal conozca como es su funcionamiento.
2. *Lectura técnica*: debe contener información general sobre el equipo humano y técnico con el cual cuenta la radio, función de los equipos e información sobre el área de cobertura.
3. *Lectura estética*: donde se presenta el tipo de programación de la radio, como están estructuradas las secciones, reglas y géneros que se trabajan.
4. *Lectura organizativa*: debe presentar la forma estructural de la emisora y los cargos que en cada una de las áreas se realizan.

Cabe aclarar que el bosquejo general del Libro de Estilo presentado anteriormente no es rígido y debe estar sujeto a cambios que la misma emisora requiera, e incluir algunas normas que se establezcan y que no han sido tomadas en cuenta en el esquema anterior, pero que son retomadas a lo largo de la propuesta (como el personal humano y recurso técnico, la programación, sus secciones y la forma organizativa).

La propuesta para contribuir a mejorar el trabajo de la radio y su tratamiento informativo está dada, pero para ejecutarla no se puede dejar de lado el recurso económico.

Actualmente la radio cuenta con 12 espacios publicitarios, sin embargo con la amplia cobertura que la radio posee, ésta puede obtener mejores ingresos publicitando a los pequeños empresarios de la localidad y de los municipios aledaños, por ello se propone hacer un Estudio de Mercadeo para conocer qué empresas o negocios hay en la localidad y cuáles son potenciales anunciantes.

“Hace falta un estudio de mercadeo así como hace falta un estudio de audiencia o de gustos radiofónicos, hace falta un estudio y un plan de mercadeo que ayude a la radio” asevera don Oscar Pérez, al abordar el tema de la sostenibilidad de la radio.¹²³

Estos estudios se convertirían en herramientas que permitirían diseñar una mejor estrategia de captación de recursos, pues brindarían información específica de los potenciales anunciantes, así como sus condiciones, necesidades y disponibilidad de invertir en espacios publicitarios.

La realización de los mismos requiere de personal capacitado y para ellos se propone solicitar cooperación de estudiantes universitarios relacionados a la materia como parte de sus requisitos académicos (horas sociales, elaboración de tesis).

Estos universitarios tendrían la responsabilidad de capacitar a los practicantes o voluntarios de la radio en el área de mercadeo para promover espacios publicitarios y campos pagados no sólo en Guazapa, sino en las zonas aledañas.

De momento, la Radio ha realizado como principales estrategias de mercadeo “dos tipos de acciones: la primera que los clientes nos buscan y la segunda es buscar a clientes, buscar los mejores prospectos y poco a poco porque de nada sirve quemar todos los negocios y al final no se publicitan”, según el encargado de mercadeo, Julio Ortiz.¹²⁴

Otra alternativa viable, en caso de no conseguir servicios profesionales para realizar los estudios, es realizar con el propio personal de la radio una amplia encuesta entre los comerciantes de la zona donde se exploren aspectos como la disponibilidad de invertir en publicidad, percepción que tienen de la radio, necesidades, entre otras, a fin de contar con datos que ayuden a reformular sus planes de negocios.

¹²³ PÉREZ, Oscar, Op. Cit.

La encuesta generaría una base de datos de los negocios locales que permitan sistematizar los lugares a visitar.

Además se propone la formulación de una campaña de fortalecimiento de imagen de la radio a fin de que acompañe las nuevas estrategias de búsqueda de anunciantes.

Esta estrategia debe incluir el diseño de documentos impresos (para ser entregados a los comerciantes) y una fuerte y constante campaña en las transmisiones de la radio donde se anuncien los beneficios de la misma para los comerciantes, su área de cobertura y la programación como gancho atractivo que genere más prestigio y profesionalidad al medio.

El Lic. Armando Quijano afirma que “la radio podría hacer un boletín informativo escrito donde la gente pueda identificar algunos elementos importantes de la misma, que se den cuenta y que eso ayude para que una persona se convierta en cliente. Nosotros queremos por escrito las cualidades que la institución tiene, mientras no se conocen no se motiva al comprador de espacios publicitarios”.¹²⁵

En los documentos impresos se puede presentar el área de cobertura de la radio, su misión y visión, los beneficios de anunciarse en el medio, el personal con el que cuenta, los logros, las facilidades de pagos en los espacios publicitarios, etc., elementos que pueden favorecer la imagen de la radio y a la vez motivar a los pequeños empresarios a publicitarse.

En otras palabras, se propone que en el área de mercadeo se cree un grupo de promoción institucional, quienes tendrían a su cargo la elaboración de estos documentos impresos, y quienes a su vez recibirían capacitaciones de estudiantes profesionales o conocedores del diseño gráfico.

Para la conformación de este grupo, se puede trabajar en conjunto con el grupo de proyección social y el de deportes, quienes se encargarían de promover además del

¹²⁵ QUIJANO, Armando, Op. Cit.

esparcimiento institucional y local, las promociones institucionales para vender la imagen de la radio.

Además, se puede buscar patrocinio para los diversos eventos o encuentro deportivos, que el grupo de deportes organice.

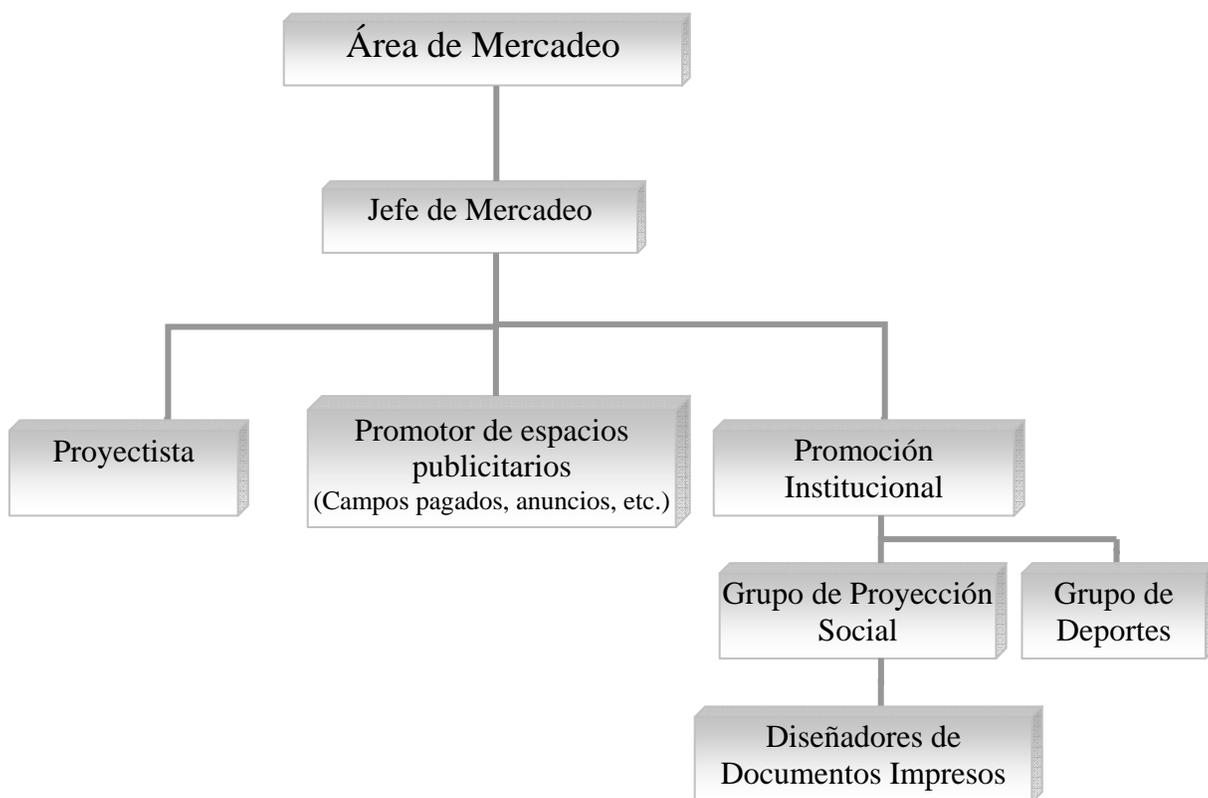
También, se propone la realización de proyectos comunicativos de corte educacional (violencia, medio ambiente, salud, sexualidad, entre otros) para buscar financiación en organizaciones o instituciones relacionadas con las temáticas que patrocinen los costos de producción y emisión a fin de sumarlos como aliados estratégicos de la radio.

Este patrocinio puede buscarse con empresas locales como la Empresa Química Bayer, que puede patrocinar un programa de índole agropecuaria, u otras empresas que no son locales pero a las que se les podría solicitar cooperación. Un ejemplo es la Embotelladora Pepsi que podría patrocinar algún festival cultural anual, alguna ferretería “X” que podría patrocinar un programa orientado a la construcción de viviendas; empresas como CESTA y UNES podrían patrocinar alguna micro cápsula ambiental, etc.

La radio por su parte también podría promover ferias locales donde se promocióne lo relativo a iniciativas microempresariales locales.

Además, se propone la implementación de una persona encargada de desarrollar planes de trabajo y gestiones que se puedan hacer ante cualquier institución para obtener recursos económicos y cualquier tipo de ayuda, es decir, que cuente con un Proyectista.

ORGANIGRAMA DEL ÁREA DE MERCADEO

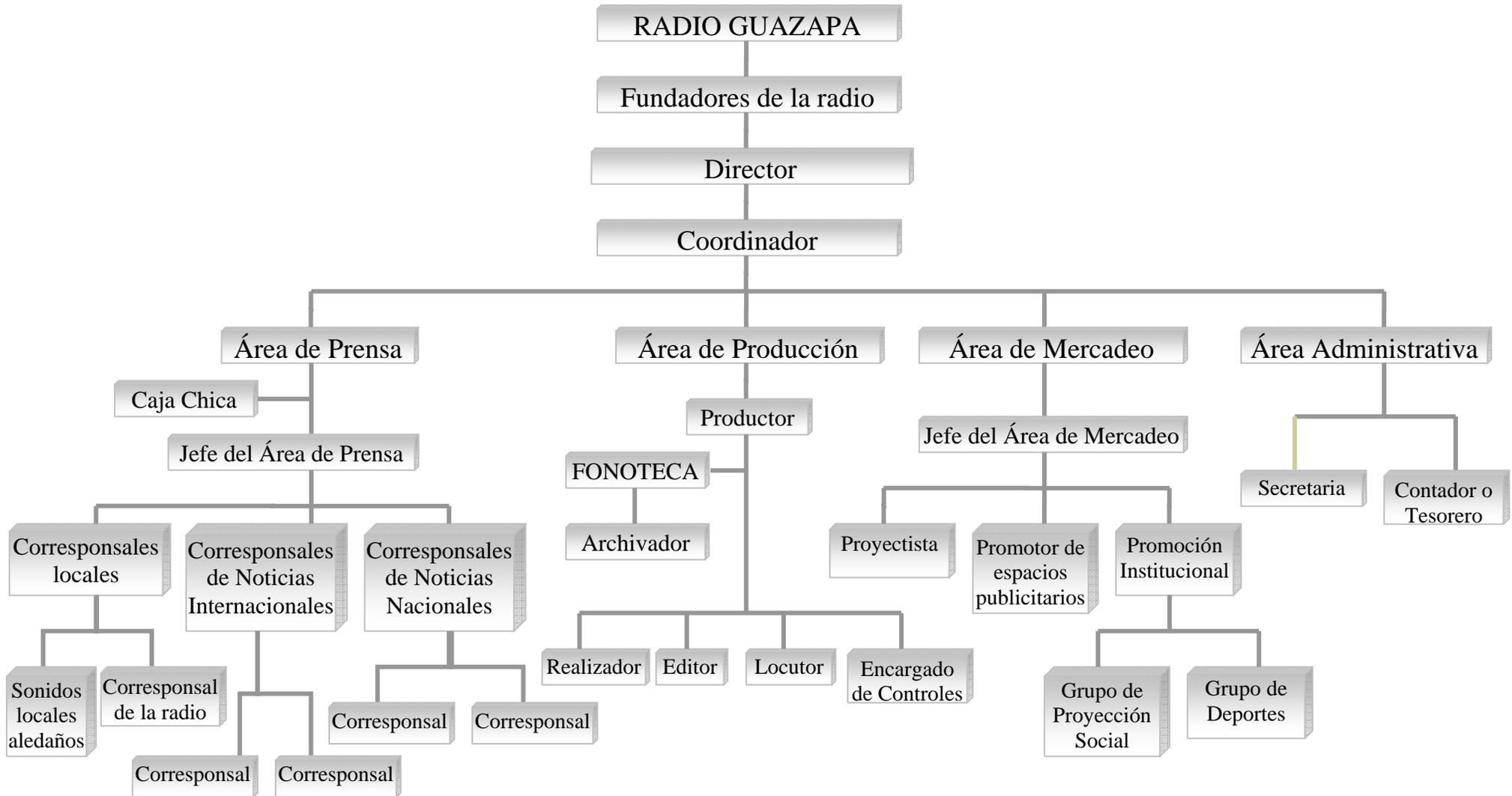


Teniendo definida el área de prensa, producción y mercadeo es importante recalcar que todas funcionarían como simples “islas” dentro de la emisora si la parte de funcionamiento general o organizativo no está claramente definida.

Es por esta razón, que se determina que Radio Guazapa debe contar con un esquema más funcional dentro de ella, es decir que vaya en coordinación con el trabajo que se propone en este capítulo y en las áreas antes mencionadas.

Además, tomando en cuenta que el director de la radio no cuenta con el tiempo suficiente para estar permanentemente en la emisora, se recomienda que exista una persona encargada de coordinar todo el trabajo de forma permanente, o en segunda instancia, verificar que todo lo que se coordina en las reuniones semanales se ejecute. Esto sin sobrepasar las decisiones de las autoridades superiores y del director.

PROPUESTA DE LA ORGANIZACIÓN DE RADIO GUAZAPA



ALTERNATIVAS O PROPUESTAS

SITUACIÓN ACTUAL	ALTERNATIVAS O PROPUESTAS
La radio no cuenta con un perfil específico	Reorientar el perfil como comunitaria, su misión, visión, formato, programación y tratamiento informativo.
MISIÓN ACTUAL: “Servir e integrar esfuerzos de la comunidad a través de la comunicación para informar en forma imparcial con responsabilidad y sin fines de lucro”	MISIÓN: Radio Guazapa, aunque la tiene bien definida, necesita buscar las herramientas necesarias para que ésta se cumpla, unificando esfuerzos con los distintos entes de la comunidad para trabajar en conjunto. La misión involucra en su concepto el trabajo de “informar de forma imparcial con responsabilidad y sin fines de lucro”. Esto requiere de un cambio o reestructuración en la programación que es casi musical, incorporando programas como noticieros, reportajes y micro cápsulas que orienten con responsabilidad a la comunidad; porque el aspecto informativo no se está trabajando permanentemente.
VISIÓN ACTUAL: “Ser una empresa líder dentro de la ciudad de Guazapa y una escuela de aprendizaje”	VISIÓN: ✓ “Ser una radio líder dentro de la ciudad de Guazapa y una escuela de aprendizaje” ✓ “Ser una radio de micrófonos abiertos donde todos y todas aprendamos de nosotros mismos a través de la interacción comunitaria”
FORMATO DE LA RADIO La programación es mayormente musical	✓ Que trabaje bajo un lineamiento con mayor apertura a los miembros de la comunidad en su programación. ✓ Retomar ejes temáticos que rijan la programación: Desarrollo sostenible, eje educativo, Conservación del medio ambiente, Equidad de género, Derechos Humanos, Participación ciudadana, Trabajo comunitario. ✓ Creación de un Libro de Estilo y Políticas de trabajo dentro de la radio.
PROGRAMACIÓN DE LA RADIO ✓ Es musical, con espacios pagados (la iglesia y la alcaldía) y espacios publicitarios. ✓ Ventaja: ha logrado posicionamiento ✓ La audiencia está segmentada por los géneros musicales.	✓ Reorientar la programación ✓ Incluir diversos géneros periodísticos (reportajes, micro cápsulas, radio revistas, diálogos, radio novelas, entre otros), retomados de acuerdo a la segmentación de audiencia que se tiene. ✓ Hacer un estudio de Gustos de Audiencia para conocer los temas que le interesan. ✓ En las producciones usar un lenguaje claro, sencillo y fácilmente entendible. ✓ Que el locutor aborde un tema específico como hilo conductor durante su turno. ✓ Reorientar el programa patrocinado por la Alcaldía.

<p>NO SE TRABAJAN ESPACIOS INFORMATIVOS Y NOTICIOSOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Incluir programación informativa y noticiosa. ✓ Formación y consolidación del Área de Prensa ✓ Creación de pequeñas producciones informativas que se incluyan a lo largo de la programación ✓ Creación de un noticiero local ✓ Utilizar el recurso humano y técnico de los sonidos locales aledaños como corresponsales, para no enviar al personal de la radio y economizar tiempo y dinero ✓ La creación de una “caja chica” para solventar gastos de viáticos, pasajes y alimentación de los reporteros, cuando éste lo requiera. ✓ Tres alternativas para mejorar el tratamiento informativo en la programación: a lo largo de su programación musical pueden presentar pequeñas producciones periodísticas, montar un noticiero, y unificar las dos anteriores en la programación.
<p>POCA PARTICIPACION DE LA AUDIENCIA EN LA PROGRAMACIÓN</p> <p>La participación se limita a la línea telefónica para solicitar alguna canción o emitir algún saludo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mayor participación de la audiencia a través de programas como radio foros, debates, radio revista, radio dramas, mesa redonda, y otros géneros periodísticos. ✓ Seguir empleando el uso de la línea abierta o sondeo de opiniones en las calles ✓ Traspasar las fronteras de una cabina, y transmitir desde el parque, el mercado, o algún punto periférico de Guazapa, con formatos que involucren a la población.
<p>CONOCER EL PÚBLICO META : LA AUDIENCIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hacer un estudio de “Segmentación y Gustos de Audiencia”. ✓ La segmentación se puede hacer a través de la Creación de un Grupo de Investigación integrado por algunos miembros practicantes de Radio Guazapa. ✓ Técnicas a utilizar: La entrevista, la encuesta o el focus group.
<p>CAPACITACIONES QUE LA RADIO REALIZA</p> <p>La capacitación que se realiza tiene una duración de cuatro meses, dividida en cinco niveles (15 días en cada nivel) y es hasta en el último nivel donde los jóvenes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reestructurar el sistema de capacitación reduciendo el tiempo de la misma, e involucrar actividades teóricas y prácticas. ✓ Involucrar a los practicantes en la elaboración de producciones radiofónicas. ✓ Enseñarles a utilizar el programa de edición Cool Edit. ✓ Incentivar a los jóvenes para que ellos mismos redacten y locuten sus productos radiofónicos. ✓ Los jóvenes que van adquiriendo los conocimientos, se conviertan posteriormente en profesores de los nuevos practicantes que se van involucrando con la radio. (Descentralizar la

<p>pueden practicar en cabina.</p>	<p>enseñanza)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Consolidar el Área de Producción como tal. ✓ Que la Radio establezca un convenio de mutua cooperación con la UES, convenio que permita a jóvenes conocedores del área periodística acceder a la realización de su servicio social en dicha emisora, capacitando a los practicantes. ✓ La creación de la Fonoteca o archivo de audio.
<p>RECURSO ECONÓMICO</p> <p>De momento, la Radio ha realizado como principales estrategias de mercadeo la búsqueda de los clientes, y la conservación de los ya existentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hacer un Estudio de Mercadeo para conocer las empresas locales. ✓ Solicitar cooperación de estudiantes universitarios para hacer el Estudio de Mercadeo, de no ser así, ✓ Que el mismo personal de la radio sea el que realice el estudio de mercadeo usando como técnica de investigación la encuesta. ✓ Sistematización de los lugares a trabajar. ✓ La creación de una campaña de fortalecimiento de imagen de la radio: creación del diseño de documentos impresos, una fuerte y constante campaña en las transmisiones de la radio donde se anuncien los beneficios de la misma para los comerciantes, su área de cobertura y la programación como gancho atractivo que genere más prestigio y profesionalidad al medio. ✓ La realización de proyectos comunicativos educacionales para buscar financiamiento en organizaciones o instituciones relacionadas con las temáticas que patrocinen los costos de producción y emisión. ✓ La radio podría potenciar ferias locales donde se promocionen las iniciativas microempresariales locales. ✓ La implementación de un Proyectista.

CONCLUSIONES

El tema de las Radios Comunitarias se ha trabajado en años anteriores por estudiantes que realizan su Trabajo de Grado. Sin embargo, las investigaciones revelan que ésta temática es enfocada mayormente en su contexto histórico y su funcionamiento, dejando de lado algunas áreas que son de importancia para este tipo de emisora.

El perfil de una radio comunitaria, una programación que responda a las necesidades de la localidad, el tratamiento informativo que debe tener este tipo de emisora, y otros temas similares, difícilmente son abordados en Trabajos de Grado.

Durante esta investigación se constató que existen 19 radios comunitarias bajo la frecuencia de ARPAS 92.1 y que la mayoría de investigaciones, como se dijo anteriormente, solo recuperan el marco histórico de las radios, su forma de funcionamiento y cuales son las diferencias entre las radios comunitarias y comerciales.

Los estudiantes en su trabajo de grado, como conocedores del ámbito periodístico pueden realizar investigaciones más profundas para ayudar concretamente a las emisoras comunitarias, inclusive puede ir más allá de una propuesta y llevar a cabo algún proyecto dentro de la radio.

Otra conclusión a la que se llegó durante esta investigación es que la mayoría de radios comunitarias y específicamente Radio Guazapa no cuenta con un personal con conocimiento profesional y técnico de lo que implica ser un medio de comunicación.

Por tratarse de radios que son realizadas por y para la comunidad, requiere de un personal preparado en el ámbito radiofónico y periodístico para capacitar y dar a conocer las bases teóricas de lo que requiere una Radio Comunitaria.

El ser una radio de esta índole no quiere decir que no debe tener mayor profesionalismo, sino al contrario requiere de un mayor conocimiento para que ésta cumpla los objetivos y fines por los cuales se crean, y para que el producto radiofónico final sea bueno.

A partir de esta investigación, también se concluye que las radios comunitarias están en una nueva era comunicacional donde existen diversos medios de comunicación (radios comerciales, televisión e Internet) que cada día cobran más terreno gracias a su tecnología de punta y sobre todo a su auto sostenimiento que les permite convertirse en medios empresas.

En cambio las radios comunitarias apenas y logran subsistir. En su mayoría dependen de la ayuda de instituciones como AMARC, ALER, etc., que si bien son grandes organizaciones a nivel mundial no pueden ayudar totalmente a las radios comunitarias diseminadas en diferentes países, por lo que es necesario que estas radios busquen su propio sostenimiento sin dejar de lado su carácter de servicio social.

Por lo tanto, en el caso específico de Radio Guazapa durante estos cuatro años de funcionamiento ininterrumpido ha buscado su sostenimiento económico a través de campos pagados y publicidad, sin embargos éstos no han sido suficientes, ya que ha utilizado métodos empíricos de mercadeo, y sobre todo porque no ha sabido aprovechar su recurso humano y técnico para tener una programación variada que le permita generar más ingresos, claro sin perder su servicio comunitario

Además, las radios comunitarias se caracterizan por ser de la comunidad y para la comunidad por lo que deben presentar una programación que legitime y responda a las necesidades de la población, promueva espacios de discusión y sobre todo que contribuya a la formación de la conciencia crítica.

Sin embargo, a partir de la investigación realizada se verificó que la mayoría de radios comunitarias aunque tienen definido su perfil comunitario, en la práctica no se cumple y en cuanto a su programación mucho menos.

Para el caso, radio Guazapa no cumple con su papel de radio comunitaria debido a que la única apertura que tiene para la población son las llamadas telefónicas y de ahí sólo presenta música, espacios pagados y publicidad. Y aunque en contextos coyunturales su programación varía al presentar radios debates, cobertura de elecciones, etc. eso es momentáneo, ya que una vez pasado el acontecimiento todo vuelve al mismo sistema de siempre.

Entonces se concluye que la radio debe de preocuparse no sólo por su manera de sostenimiento, sino que también en su forma de trabajo, pues de ello depende que se convierta junto a sus pobladores en protagonistas de su propio desarrollo local a través de una programación abierta y dinámica.

RECOMENDACIONES

Al hablar de los trabajos de investigación realizados referentes al tema de las Radios Comunitarias, se recomienda que se aborden temas que contribuyan de mejor manera al desarrollo de este tipo de emisoras. Además, que éste tipo de investigaciones sean ejecutables y no solo se presenten en forma de texto.

Esto conlleva que a partir de las investigaciones hechas por los estudiantes, se realicen propuestas que puedan ser ejecutadas por la emisora en estudio, y contribuir de esa manera al desarrollo de la misma.

Además, se recomienda que los docentes promuevan e incentiven al universitario para hacer este tipo de investigaciones enfocadas al desarrollo y mejoramiento de las radios comunitarias.

También sería bueno que dentro de las radios comunitarias existieran profesionales del periodismo o comunicaciones para que coordinen la programación y el personal de la radio, en todo caso una persona encargada de velar porque el trabajo de la radio vaya acorde a su perfil y formato de trabajo. Se habla de un profesional por tratarse de trabajos radiofónicos que incluyen tratamientos informativos y que pocas veces son abordados en este tipo de emisoras. Además, porque la mayoría del personal que labora o trabaja en las Radios Comunitarias son personas de la localidad y necesitan una orientación adecuada.

Por otra parte, el reto principal de todas las radios comunitarias es meterse en el mercado globalizado, pero sin perder su carácter de servicio social. Por lo que se recomienda, vender publicidad y gestionar posibles programas patrocinados por empresas para lograr un auto sostenimiento y por ende un trabajo comunicacional no tan desigual como el que en estos momentos se está dando, donde las radios comunitarias en su mayoría

se relegan a una región con una frecuencia de bajo alcance que no es propia y donde no tienen forma de sostenimiento propio.

En el caso de nuestro país casi todas funcionan bajo la frecuencia de ARPAS 92.1. y dependen en su mayoría de la colaboración de instituciones, con esto no se está diciendo que es mala esta ayuda, pero sería bueno buscar un auto sostenimiento que les permita actuar en este mercado, pero sin olvidar de quiénes son y para quiénes transmiten.

Para el caso específico de Radio Guazapa, se recomienda que readeque sus políticas de búsqueda de sostenimiento actuales y que se de cuenta que también al reorientar su programación puede obtener buenos resultados.

Algunas propuestas son: la gestión de patrocinio de programas, un estudio de mercado, promover feria locales que sean patrocinadas, hacer un lanzamiento publicitario institucional a través de afiches, boletines, cuñas, etc.

Desde que surgió el movimiento de las radios, década de los 30's, éstas han jugado un papel muy importante en la historia de diferentes países y con el pasar del tiempo han ido adaptando diferentes nombres, aunque siempre han tenido algo en común, que es una comunicación horizontal donde todos y todas son parte principal de ellas. Hoy enfrentan un gran problema, saben quiénes son (perfil), pero han perdido sus principios básicos de trabajo.

Por lo que se recomienda que cualquier radio antes de comenzar a funcionar establezca apropiadamente cuál será su perfil de trabajo para que su programación responda a él, porque no basta decir que es una radio de carácter comunitario cuando realmente su programación responde a una radio de carácter comercial.

También se recomienda reorientar la programación, para que la población tenga mayor protagonismo dentro de ella.

Respetando que la radio ya tiene una audiencia que legitima su funcionamiento dentro de Guazapa y otros municipios aledaños se propone lo siguiente: Incluir diversos géneros periodísticos (reportajes, micro cápsula, radio novelas, entre otros) a lo largo de la programación, respetando la segmentación de audiencia que se tiene a partir de los gustos musicales; hacer un estudio de gustos de audiencia para conocer los temas que les interesan e incluirlos en cualquier género periodístico, o abordado por un locutor como hilo conductor durante su turno con un lenguaje sencillo y fluido; montar un noticiero local de quince o treinta minutos donde aborden temáticas de la comunidad, el acontecer nacional e internacional.

También la emisora, para lograr una mayor participación, puede construir radios debates sobre algún tema local y transmitirlo desde el mercado, la calle, etc.

FUENTES DE CONSULTA

LIBROS

ARPAS (1999) La comunicación Alternativa de América Latina, Balances y Retos. Foro sobre democratización de la Comunicación.

BASTENIER, Miguel Ángel (2001) El Blanco Móvil, Curso Básico de Periodismo, Ediciones El País.

DERKS, Harrie (1994) Noticieros juveniles por radio, Editorial Chasquikom.

GEERTS Andrés y OEYEN, Víctor Van (2001) La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia, ALER, Quito, Ecuador.

PÉREZ, Oscar y AYALA RAMÍREZ, Carlos (1997) La Radio Comunitaria en El Salvador.

Secretaría de Información de la Presidencia de la República (1983), “Constitución de la República de El Salvador”, San Salvador, El Salvador, p. 6

TESIS

CARBALLO PEÑA, Georgina Elizabeth; ROMERO LINARES, Ana Patricia (Septiembre, 2005) Tesis “Las Radios comunitarias como medios alternativos para la transmisión de espacios noticiosos. Caso específico: Radio Izcanal, Radio Victoria, Radio Cultural Monseñor Romero y Radio Mangle”, UTEC, San Salvador, El Salvador.

CÓRDOVA, Alma Lorena, y MOLINA FLORES Doris Elizabeth, (Febrero 1996) Tesis “Historia de la Radiodifusión Salvadoreña. Casos específicos: YSKL, YSU y SONORA”, UES, San Salvador., El Salvador.

FAGOAGA AGUILAR, Ana Cecilia y ROMERO CATIVO, Marco Antonio (1996) Tesis “La función de las radios comunitarias como orientadora del desarrollo local en un mundo globalizado. Caso específico: Radio Suchitlán”, UTEC, San Salvador, El Salvador.

RIVERA MARTÍNEZ, Telma Patricia; IRAHETA GARCÍA, Sonia Marlene. Tesis “Propuesta a una radio estatal de una programación con orientación educativa, cultural y comercial”, UTEC, San Salvador.

TRUJILLO, Carolina Marisol, RODRÍGUEZ VICHES, Alma Lucia, y MARTÍNEZ MARTÍNEZ, Tania Margarita, (2004) Tesis “Diagnóstico Comunicacional de Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador.

REVISTAS, PERIÓDICOS Y OTROS

ACISAM, Radio Guazapa, Radio Iliguis, AMAR – CA y FGER, (2005), Proyecto Fortalecimiento de las capacidades de radios comunitarias e instituciones de comunicación alternativa de la sociedad civil para contribuir al posicionamiento de la lucha contra la violencia de género en la agenda social centroamericana, San Salvador, El Salvador.

ALER, Manuales de capacitación 8 “El noticiero popular”.

ALER, (1996) Un Nuevo Horizonte Teórico para la radio Popular en América Latina, Quito, Ecuador.

Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS), “Comunicado de prensa”, 5 de noviembre de 2005.

DERAS CORTEZ, Carlos Ernesto (2005) Revista Humanidades. La Comunicación del Nuevo Siglo. La Fenomenología como paradigma de investigación de la comunicación, No. 7, IV Época, Imprenta Universitaria, San Salvador, El Salvador.

Radio Popular, (1989),Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, No. 32.

ENTREVISTAS

AMAYA, Francisco, Habitante y músico de la localidad de Guazapa. (2006) Entrevista. Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador (UES), Guazapa, San Salvador.

CALLES, Francisco. Encargado del área de producción de Radio Guazapa (2006), Entrevista. Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador (UES), Guazapa, San Salvador.

CÁRCAMO, Salvador, Director de Radio Guazapa (2006) Entrevista. Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador (UES), Guazapa, San Salvador.

DÍAZ QUINTANILLA, José Mario. Joven de la localidad (2006) Entrevista. Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador (UES), Guazapa, San Salvador.

LEIVA, Juvenal. Alcalde de Guazapa (2006). Entrevista, Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”. Universidad de El Salvador (UES), Guazapa, San Salvador.

MONTEJO MEDINA, Mario Alexander. Comandante en Guardia de la Policía Nacional Civil (2006). Entrevista. Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador (UES), Guazapa, San Salvador.

ORELLANA, Aníbal. Jefe Local de la Juventud de la Cruz Roja de Guazapa (2006). Entrevista. Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador (UES), Guazapa, San Salvador.

ORELLANA DE BERRIOS, Marta Julia. Ama de casa de Guazapa y oyente de la radio (2006). Entrevista. Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador (UES), Guazapa, San Salvador.

ORTIZ, Julio. Encargado del área de Mercadeo de Radio Guazapa (2006). Entrevista, Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador (UES), Guazapa, San Salvador.

PERAZA DE RIVERA, Ingrid Liseth, Dentista de Guazapa, (2006). Entrevista Tesina “Propuesta de Tratamiento Informativo para Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador (UES), Guazapa, San Salvador.

PEREZ, Oscar, Secretario Sub-regional de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias de Centroamérica (AMARC-CA), (2006) Entrevista. Tesina “Propuesta de Tratamiento Informativo para Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador (UES), San Salvador, El Salvador.

QUIJANO, Armando, Miembro de la localidad y anunciante de Radio Guazapa (2006). Entrevista. Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador (UES), Guazapa, San Salvador.

VIDES, Héctor, Presidente de Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS). Entrevista. Tesina “Propuesta de tratamiento informativo para radios comunitarias. Caso Específico: Radio Guazapa”, Universidad de El Salvador (UES), San Salvador, El Salvador, 2006.

SITIOS DE INTERNET

ALCÁNTARA GARCÍA, José Domingo y HERNÁNDEZ MEJÍA, María Guadalupe (1999), Paulo Freire. Semblanza Geográfica, www.uasnet.mx/eise/rev/cero/freire

ARPAS (2006), <http://www.arpas.org.sv>

ARPAS (2006), Radios de ARPAS, en: <http://www.arpas.org.sv/quienes.htm>

ANEXOS

A continuación se presentan partes de las entrevistas utilizadas durante esta investigación.

**Entrevista
Héctor Vides
Director Ejecutivo de ARPAS.**

1. ¿Tuvieron algún problema por no tener la frecuencia?

Exactamente por eso fue una de las buenas razones para formar ARPAS porque las radios buscaron un espacio donde poder defender sus intereses, donde poder defender su existencia y buscar garantizar su real existencia... El 5 de diciembre del 95, el SR. Juan José Doménech que era presidente de ANTEL, de la extinta ANTEL, mandó a la Policía Nacional Civil a que incautaran los equipos de las radios.....

2. ¿Cómo eran esas radios?

Estas que le cuento, que son radios que se formaron, por lo menos cuatro de ellas de gente que venía repoblada de los campamentos de refugiados en Honduras, como Olomoncagua y todo eso, entonces la gente desde el 87 – 89 había formado estas radios como circuitos de información para ellos que habían sido fundadas incluso ni como radios con transmisor sino como radios de parlantes, que se activaban prácticamente con los sistemas de alerta temprana ante la misma guerra, por ataques de la fuerza aérea.....

3. ¿Qué hace ARPAS ante esta situación?

Para ese año 95 cuando incautan eso, entonces ya ARPAS que ya existía como asociación interpone un recurso de amparo ante la Corte Suprema de Justicia, el cual es ganado, porque

- Uno porque la misma Constitución de la República prohíbe que los equipos de cualquier medio de comunicación sean incautados, que se le quiten, eso está explícitamente dicho en el ART. 6 ó 7
- Dos la única que puede mandar a la policía es la Fiscalía, no un órgano civil como es ANTEL, entonces obviamente ahí hubo un problema de origen y hubo una falsedad material, un abuso de poder, entonces ante eso la corte ordena que se les devuelvan los equipos a las radios y que se revise el asunto

Es así como en el 97 en diciembre la Asamblea Legislativa aprueba en el mismo paquete con el que se vendió ANTEL , (que se creó CTE la compañía de telefonía de El Salvador para privatizar para vender después los teléfonos), en ese mismo paquete se aprueba la nueva Ley de Telecomunicaciones y la Creación de la Súper Intendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones, SIGET que ya con ley lo que demarcaba era, que había tres tipos de radios, que se definían por su cobertura, locales, regionales y nacionales que eso es lo que manda el país desde el año 98 ...

Entonces una de las cosas que definimos es que la radio comunitaria como tal debe ser propiedad de la comunidad donde trabaja y para eso se fueron creando asociaciones sin fines de lucro que representaban esa propiedad o habían instituciones, ONG's que ya trabajaban en la zona por el desarrollo local y humano.

4. ¿Un poco de historia, cómo surge ARPAS?

ARPAS surge por iniciativa de más o menos de 15 radios, cinco de ellas eran la Venceremos, Farabundo, Cabal, Maya Visión, YSUCA, son las que estaban en San Salvador y que tenía una frecuencia asignada en aquellos días por ANTEL, y las otras 10 ó 11 eran del interior, venían del interior de la República **¿ERAN COMUNITARIAS?** Si todas, es que comunitario nunca lo hemos remitido solo a la localidad.....

5. ¿Cuáles fueron esas 15 radios que iniciaron el proceso?

Cinco eran de San Salvador, la YSUCA, la Cabal, la Venceremos, la Farabundo Martí y la Maya Visión. Y las otras eran Segundo Montes, Izcanal, Victoria, Suchitlán, Teoradio, Zaragoza, Cooperativa, San Jorge.... Sumpul, Nejapa y Presencia.

6. ¿Cuál es el objetivo principal con el que surge ARPAS?

- Capacitación de los trabajadores de la radio
- Gestión de fondos
- La legalización

7. ¿Desde un inicio surge con estos tres objetivos, y estos objetivos se mantienen en la actualidad o han variado?

Se mantienen o varían, se adaptan según los tiempos.... y por el otro lado se definen cuatro grandes programas de trabajo que son el de **legislación de radio y democratización de la palabra**, porque el tema de la legislación de la radio hay que seguirlo tratando, para ver como esa legislación beneficia o no a las socias, en el caso nuestro... las radios nuestras ahora son tomadas por el Estado como radios comerciales nada más.

El Estado no hace diferencia alguna entre una y otras. Y eso es un problema porque entonces te aplican las mismas leyes de cualquier radio comercial cuando tus fines no son comerciales, sino que de beneficio para la comunidad de forjar programas, contenidos, orientar y otras cosas muy distintos a lo de las radios comerciales que aunque hace programas participativos sus fines son eminentemente comerciales, pues están en propiedad de una persona, o de consorcios que sus fines es sacarle lucro pues, ellos no van a invertir para perder, ni tampoco para salir tablas.

El caso nuestro no, nosotros no generamos utilidades, ganancias pues, para nosotros sino que son ventas que se utilizan para el mismo fortalecimiento del proyecto que termina también beneficiando a las comunidades, en los lugares donde se puede.

Lo otro es, el programa de radio comunitaria y desarrollo local, es el segundo ese es para fijar más a la radio como un actor social coherente y facilitador de los procesos y de las dinámicas comunicacionales y de desarrollo local en cada comunidad o área de cobertura, sea un municipio, un cantón, el departamento o el país, lo que sea, o sea lo que le toque a cada quien.

El otro programa es de nuevas tecnologías y capacitación del personal de la socias y el otro es, el de fortalecimiento de la red, fortalecimiento institucional de ARPAS como tal. Entonces esos son los cuatro programas que nos rigen ahora.

8. ¿Cómo ARPAS logra tener la frecuencia 92.1?

Siempre hay un plan B, entonces por cualquier otra cuestión se compra otra frecuencia. Decíamos si la lucha se pierde, si hay algún problema... entonces hay que adquirir una frecuencia para poder subsistir.

Entonces muchas de las radios que tuvieron 90.5, pero en vez de eso de quedarse con el 90.5 decidieron pasarse al 92.1. Otras se quedaron en el 90.5, algunas las han vendido otras se perdieron y ahí han ido yendo y viniendo.

9. ¿Pero como ARPAS logra la frecuencia?

Comprándola, la compramos en febrero del 98, fue terminando, o sea diciembre del 97 fue la ley, febrero del 98 (dos meses después) la compramos.

10. ¿Qué tiene que hacer una radio para Asociarse a ARPAS?

Para asociarse es cuestión de asociarse, de hacer todo el trámite para asociarse a ARPAS. **¿Y qué tramites debe de seguir?** Para asociarse según los estatutos son personas jurídicas no personas naturales, entonces ese es un primer requisito, de preferencia pedimos... alguna institución, organización o asociación o empresa que trabaje por el desarrollo local ahí en esa zona obviamente hay que demostrarlo, en proyectos, planes... que a parte de ser radio usted se preocupa por trabajar por el desarrollo de los jóvenes, de los niños, de las mujeres o por todos Pero que tiene un trabajo de desarrollo local porque eso nos garantiza que la radio tiene un objetivo cifrado, uno. Dos, la personería jurídica al tener claro todo eso básicamente y de ahí para allá hay un montón de requisitos ya de menor orden que son las dos cartas de aval de socias, de otras dos socias, obviamente se presenta en una asamblea con una iniciativa que quiere asociarse y toda la cuestión, y hasta que al final y los socios en la Asamblea le aprueban o no el entrar.

11. ¿Cómo cuanto tiempo tarda eso?

Más o menos un año. Supóngase que tenemos Asamblea el 28 de abril, ... entrega el tramite en todo el año que viene o hasta la próxima, si hay una asamblea extraordinaria antes, pues ahí será, sino hasta la próxima asamblea ordinaria. Porque sólo las asambleas son las que dan su voto para aceptar o no.

12. ¿Qué tipo de beneficios recibe una radio comunitaria?

Lo que pasa es que es todo un sistema de trabajo en red que incluye tanto el área mercadeo, las ventas, la gestión de ventas, las capacitación o formación de la gente, los intercambios nacionales y hacia el extranjero sobre todo el trabajo en red para la parte de producción informativa, educativa y comercial, o sea el intercambio de voces, formatos, la asesoría, la asistencia ... cuando hablamos de capacitación hablamos de todos los temas, tanto en los formatos, en lo periodístico comunicacional como todo el tema de nuevas tecnologías.

Entrevista
Don Salvador Cárcamo
Director de Radio Guazapa

1. ¿Cuánto tiempo tiene la radio de estar al aire?

Oficialmente tenemos cumplido 4 años de estar al aire, desde el 28 de Mayo de 2001.

2. ¿Cuál fue ese esfuerzo que tuvieron antes que iniciará la radio?

La iniciativa que teníamos era la sed de progreso en Guazapa porque nosotros queríamos que Guazapa se oyera o se mencionará por desarrollo.... Y Porque digo sacrificio, bueno nosotros no teníamos donde poner la radio... (empezando a transmitir en el 2001) entonces yo me sacrifique de mi negocio, tiempo, espacio, volumen pero lo seguimos luego nos salimos a alquilar por otro lado y que se nos metían los mañosos y de allí salimos para donde estamos gracias que la alcaldía nos dieran esa parte en comodato, todavía estamos en comodato.

3. ¿Qué programación tienen durante la semana?

La tendencia es una hora de transmisión de música intercalando con espacios que hay iglesias que tienen esos espacios y hay políticos que tiene su espacios y la música y la publicidad ahí esta estribando casi el 100% de la programación.

4. ¿Entonces no tienen un noticiero?

Nosotros tenemos noticiero que esta de 5:30 a 6:30 de la tarde que es el enlace con ARPAS, es Voces en Contacto ese si todos los días, producción propia de prensa no tenemos, producción sí.

5. ¿Para que tipo de audiencia trabajan?

Para todas las edades, nosotros tratamos de quedar bien con todas las edades aunque eso muchas veces es malo o es bueno depende de cómo se vea pero nos vamos adaptando en diferentes horas para cada generación.

6. ¿Cuáles son sus ejes principales de trabajo?

El eje principal tendría que ser la comunicación a la comunidad pero no en exquisitez de música, sino en información por eso estoy peleando el departamento de prensa. Poder llegar a los lugares más remotos para a través de la radio ayudarles a solucionar sus problemas

7. ¿Cómo funciona la radio en sí?

En un principio se iba a crear la imagen de que era una asociación, una asociación es cuando se tiene que elegir una directiva por X cantidad de tiempo puede ser 3, 5 años dependiendo, entonces se elige por medio de todas las personas que están en la radio en una forma democrática, pero como ese fundamento se término porque la radio ya no quedo como asociación. Ahorita esta terminando su legalización pero como fundación (en la asociación se eligen y en la fundación los fundadores quedan hasta que se mueran).

8. ¿Cuántas personas están dentro de la fundación?

4 personas, Lic. Oscar Pérez, él ha sido una persona muy importante para la radio, él ha impulsado bastante, Sr. Vicente Torres, Francisco Calles, Salvador Cárcamo.

A Francisco Calles yo lo propuse porque es joven verdad y es parte activa de la radio, ahorita él es el director de programación es el que manda a los locutores.

9. ¿Han pasado de 75 watts a cuanto?

Estamos transmitiendo con 250 y tenemos 300 disponibles. En kilómetros es bien complejo por la estructura geográfica no podemos medir chavalito, aquí nos deslizamos bien ... porque a nosotros nos llaman por teléfono de varias partes de la Zona Norte de Tejutlá, Dulce nombre de María, un montón de cantones ...

10. ¿Con qué personal cuentan?

En forma fija y estable hay 5 personas locutando de lunes a viernes, tres horas cada uno y el sábado y el domingo son alumnos, tienen que pasar un proceso, no es que solamente entran y hasta que ya están actos se dejan en un turno pero sin hablar sólo poniendo música y que diga la hora.

11. ¿Entonces Sábado y domingos solo es programación musical?

No. Esta pautado con sus diferentes cuñas ya sea de razón social, político, lo que sea. En la computadora ya están todas solo van bajando y van poniendo, pero ellos para hablar no tienen la autorización, sólo dar la hora y talvez dar un saludo; pero están bien restringidos mientras. No quiero decir que siempre van a estar así, van pasando otro proceso hasta que este totalmente preparados.

12. ¿Los cinco locutores de lunes a viernes están contratados?

Si, ellos tienen responsabilidades tres horas todos los días cada quien y tienen su remuneración económica

13. ¿Para comprar el transmisor y todo lo nuevo recibieron alguna ayuda?

Si. Allí nos agarramos de OXFAN una organización que tenía un programa de ayuda para las radios participativas y por allí empezamos a aplicar nosotros, un proceso también tedioso no crea que es fácil de solo decir yo quiero esto, sino que hay montón de reuniones y comprobantes.... aplicamos y salimos favorecidos para comprar ese equipo.

14. ¿De cuanto fue el monto que les aprobaron en el proyecto?

En ese proyecto de OXFAN iban varias cosas dos radios específicamente, un programa para la Universidad y otros más. Pero nosotros en sí nos toco, nos repartimos como 8,000 dólares entre las 2 radios, Radio Iliguis y Radio Guazapa, claro nosotros idénticamente invertimos porque lo mismo compramos las mismas cosas.

Entrevista
Julio Ortiz
Encargado de Mercadeo de Radio Guazapa.

1. ¿Desde que comenzaste en la radio estuviste en el área de mercadeo?

Pues cuando entra uno como que no conoce bien el movimiento y las aspiraciones de todos, lo que todos quieren es llegar a la cabina, entonces este es el primer incentivo, de ahí uno va conociendo todas las áreas que existen y yo estoy justo en el área de mercadeo, que no lo desempeño como lo debería, pero siempre estoy aprendiendo.

2. ¿Qué tipo de acciones realizan para buscar clientes?

Hay dos tipos de acciones, la primera que los clientes nos buscan... y la segunda acción es buscar clientes, buscar los mejores prospectos y poco a poco; como te decía hace ratos de que nos sirve quemar todos los negocios de un solo y al final ya nada. Así visitar en este mes 100 clientes y me van a decir que no y ya el otro mes a quien visito, ya no puedo visitar a nadie.

3. ¿Cuánto pagan por transmitir una cuña?

Depende... de... donde este ubicado si esta en Guazapa... es de \$0. 25 la transmisión de cada cuña... y si es digámosle otro municipio, internacional le digo yo, ya son \$0. 35

4. ¿Se me quedaba algo me decías que a los que tienen más tiempo y más responsabilidades les daban un incentivo, pero a los niños que colaboran no tienen ningún tipo de incentivo?

... hay un proceso de exámenes donde primer nivel, segundo nivel, tercer nivel, cuarto nivel y quinto nivel, ... en cada nivel va adquiriendo más conocimiento mayor acercamiento al área de transmisión ... es el mayor incentivo, como todos quieren llegar a eso entonces entre mas alto esta el nivel más derechos en cabina tiene.

5. ¿Quién realiza esas evaluaciones?

Don Salvador las ha diseñado y Francisco Calles... es el que lo realiza pero como te digo es algo desde mi punto de vista... es algo subjetivo porque no se evalúa todas las capacidades de los cipotes si se dejan algunos vacíos...

6. ¿Qué trabajo desempeñas en el área de mercadeo?

Mi función es buscar clientes básicamente ... ofrecerles nuestros paquetes, nuestros servicios, explicarles hasta donde llegamos, que tanta población nos escucha, cuales son las mejores horas que se tienen, bueno ventajas, beneficios ... también darles seguimiento digamos si alguien queda dudando es de seguirlo visitando si el ya contrata con nosotros darle seguimiento a el porque ... la venta no termina cuando ya firma él y meda el dinero, sino que hasta que termina el contrato hasta ahí termina mis obligaciones con ellos. Entonces tengo que darle seguimiento yo a las cuñas que se produzcan que se transmitan a las horas que se acordaron bueno antes de que se transmita que el cliente de el OK de que esa cuña le parece pues.

Entrevista
Lic. Oscar Pérez
Director de AMARC- C.A. y fundador de Radio Guazapa

1. ¿Cómo surge AMARC?

Surge por 1983 en Canadá, donde se juntaron una serie de gente que hacía radio y se dieron cuenta que era otro tipo de radio y la intención era esa “hacer otra forma de la comunicación a través de la radio”. Y fue ahí donde surge la idea de formar un movimiento de radio que trabaja con otra mirada comunicacional.

Surge de la sociedad civil, de gente que se organiza en función de hacer radio para hacer comunidad.

2. ¿Qué hace AMARC C.A.?

AMARC fundamentalmente es servir de articulador de todos los esfuerzos de radiodifusión comunitaria ... pero dentro de ese marco tiene programas para fortalecer a sus asociadas para que empujen ese movimiento, y ahí son acciones de capacitación, acciones de formación que son mucho más continuas y avaladas por universidades, acciones de apoyo directo en el fortalecimiento de la gestión de las radios y centros, promueve pasantillas, como también tiene un programa que tiene que ver con la legalización de las radios y tiene que ver todo por la lucha por el derecho a la comunicación. También promueve los intercambios: intercambios de materiales, de producciones, entre C.A y América Latina.

3. ¿Quiénes pueden ser socias de AMARC?

Son socias de AMARC todas las radios que se dicen comunitarias, o que quieren trabajar por ser una radio comunitaria, porque no todas las que son socias de AMARC son radios comunitarias...

4. ¿Pueden estar asociadas radios públicas y privadas o cualquiera?

De preferencia aquellas radios que tengan una propiedad más colectiva, hablo de Fundaciones, de Asociaciones, de Grupos, de Cooperativas, porque Radios Públicas son las radios del estado, en el país es muy complicado porque ya no son de la sociedad civil sino de una sociedad política. Los Centros de Comunicaciones... también pueden ser personas individuales...

El otro elemento es que en algunos países hay un buen desarrollo de televisiones comunitarias, también hay un espacio ahí para articular las televisoras comunitarias.

También en AMARC pueden asociarse Radios y Redes de Radios. No todas las radios que dicen ser radios comunitarias son socias de AMARC...

Las radios religiosas, de partidos políticos o del Estado no pueden ser socios de AMARC. Las radios universitarias sí pueden ser socias de AMARC.

5. Nos alejamos un poco de AMARC y ahora hablando específicamente de Radio Guazapa, tengo entendido que usted es uno de los fundadores. Cuénteme ¿Cómo surge Radio Guazapa?

Yo soy de Guazapa, y siempre me di cuenta que Guazapa está muy cerca de San Salvador, a 24 Km. de San Salvador. La mitad de la población vive en Guazapa y trabaja en San Salvador, es una ciudad semi dormitorio..... la instalación de un medio de comunicación ahí, iba a ser un elemento más para que contribuyera al desarrollo social, económico,

político y cultural de la comunidad, y mejor aun si ese medio de comunicación lo llevaban los mismos pobladores de Guazapa, sobre todo jóvenes.

Durante dos años estuve yo digamos trabajando con diferentes grupos de personas de Guazapa. En el 2001 comenzó a funcionar, pero en la radio las capacitaciones empezaron en el 99..... originalmente pensé también que algunos jóvenes de ahí que estudiaban periodismo podían ayudar, pero son lo que más rápido se alejaron, no se por que.

Entonces dos años para hacer capacitaciones... y generar un quipo humano que creyera en la radio; y después de dos años empezamos con los primeros equipitos muy pequeños..... Y la gente empezó a creer en sí misma cuando empezó a escucharse porque “¡ehh! te estuve escuchando” le decían; y la frecuencia que se utiliza es la frecuencia de ARPAS la 92.1.

Entonces la radio empezó en el casco urbano y luego se fue ampliando en los cantones, ahora con la inversión que hicimos y el apoyo de OXFAN AMERICA la radio llega a Guazapa, Aguilares, El Paisnal y un poco más.

6. La radio cuenta con un equipo de voluntarios

En términos humanos hay un cuerpo de voluntarios bastante grande, alrededor de 35 jóvenes (hombres y mujeres) y dentro de ese cuerpo de voluntarios, a través de los pocos ingresos que se obtienen, porque son ingresos pequeños pero muy significativos, se paga una secretaria que apoya en todo y ayuda en el orden de personal y también se apoyan a 4 personas en este momento, no con salario sino con un reconocimiento a su trabajo, por lo menos como dicen los muchachos para los zapatos sirven.

7. A manera personal ¿Qué cree usted que necesita mejorar la radio?

Hay varias cosas. Mire *su programación*, a mí me gustaría que fuese una radio más informativa, una radio más de debate, más de reflexión; pero eso significa que la gente tenga formación también, porque ser locutor para anunciar música, en eso no hay mayor ciencia... ahora es solo dándole al ratón y aparece en el programa.

Yo creo que se necesita mucha formación, pero sobre todo yo creo que necesitamos meterle mucho también a la parte de la sostenibilidad económica, porque en la medida que la radio tenga mayores ingresos, le va a generar capacidad para tener un equipo humano consolidado y que ese equipo humano tenga recompensa económica también.

A nosotros no nos interesa tener solo voluntarios, nos interesa tener voluntarios y voluntarias, pero nos interesa tener un equipo que lo sostenga la radio, que la radio tenga capacidad de pagarle bien a los trabajadores.

8. Ahora que la radio esta en época de transición, al pasar de asociación a fundación ¿Por qué surge la necesidad de pasar de Asociación a Fundación y cuales son las expectativas que se tienen con esto?

Primero, digamos la radio está abierta a todo aquel que quiere ser parte de ella, pero todo tiene un orden también, la radio tiene políticas, y tiene decisiones que tomar sobre todo para mantener siempre el rumbo de servicio a la comunidad..... y nos dimos cuenta que como asociación se permitía mucho a que otros interesados quisieran meterse en la radio para que la radio tomara otro rumbo. Por ejemplo, nosotros siempre hemos insistido que la radio comunitaria no debe tener una opción política partidaria, entonces, dijimos si usted esta colaborando y trabajando en la radio y quiere públicamente ser parte de una opción política partidaria en el tiempo de elecciones, ponga una carta a la radio donde

solicite un permiso..... y públicamente la carta se lee en la radio para que no haya confusión alguna..... Entonces decidimos pasar de asociación a fundación porque desde la fundación nos permite digamos ayudar a tener mayor orden en las decisiones de la radio como tales

9. ¿Y la radio no ha buscado financiamiento a través de organismos internacionales?

Como no, estamos junto con la Comunicándonos, el Consorcio Sihuatán, estamos trabajando ahora en un proyecto con la Fundación Kellogs, para meternos más en la formación, en la capacitación, y en todo lo que es mercadeo, en todo lo que son los sondeos. Por ejemplo la programación, solo se puede hacer una programación buena si usted sabe que le gusta a la gente, a que horas les gustan las noticias, como les gustan las noticias, qué tipo de noticia quiere.

Si usted sabe los gustos radiofónicos de la gente, le es más fácil hacer una buena programación, pero usted tiene que invertir en ese sondeo de gustos de audiencia.

10. ¿Cuáles son los avances que la radio ha tenido desde sus inicios hasta la actualidad?

Mire en términos materiales nuevo equipo por que hoy tiene hasta procesador de audio y un transmisor de 300 bytes con sus antenas direccionales, su torre de 40 metros, su procesador de audio, esta computarizada, con un estudio también, tiene su consolita, sus micrófonos y además tiene en comodato el local.

El local, el terreno es de la alcaldía, y la construcción era de ANDA.

Entrevista

José Francisco Calles

Director de programación y locutor de Radio Guazapa

1. ¿Cuánto tiempo tiene de trabajar con la radio?

Desde el año 99, estaba en 9º. Grado cuando me di cuenta que estaba naciendo una radio como proyecto, pero en ese tiempo lo que hacíamos era trabajar con rifas, actividades ... hoy siempre las hacemos solo que ahora un poco más distantes.

Entonces empezamos a recaudar fondos y poder comprar un equipo que era el que necesitábamos para transmitir, porque no teníamos equipo.

Así fuimos recaudando poco a poco el dinero, aún tuvimos que prestar el dinero de un solo para irlo pagando a una prestamista, luego compramos un transmisor... que era de capacidad de 30 wats, nos tardamos como dos años quizás pagando el transmisor.

Luego fuimos comprando algunas cosas, los discos eran prestados cada quien llevaba sus discos para programar su música, y así fuimos caminando poco a poco.

La antena la habíamos hecho de unos polines ya todos pandos, no como la que tenemos hoy.

La primera transmisión fue de un transmisor prestado, que era también de 30 wats. En el año 99 fue la primera transmisión...

2. ¿Cuánto años tiene de estar la radio?

La radio como proyecto viene como desde el 98 ó 99, ya cuando nosotros salimos al aire es cuando nosotros hemos tomado años como aniversario, que serían 4 años que tenemos ya sin parar (desde el 2001 para acá).

Antes no teníamos la periodicidad de salir, primeramente porque no estábamos legalmente con el permiso, aunque se estaba trabajando ya con eso, pero hicimos la primer prueba, fue en el parque, allí se hizo en una mesita con un equipo no tan complicado, un equipito sencillo, entonces ahí nosotros comenzamos a transmitir.

3. ¿Cuánto tiempo estuvieron en la comercial?

En la comercial no tengo un tiempo exacto, pero más o menos como un año.

Como nosotros pagamos luz y todo, la radio no daba, entonces don Salvador tenía razón que ya no nos aguantaba allí, pues logramos buscar un local que es el que está aquí en frente... el local lo alquilábamos, pagábamos \$100 mensuales; y como había veces que no sacábamos el dinero, lo prestaban los mismo fundadores y la radio después poco a poco lo iba pagando.

Entonces, levantamos una antena con unos polines, luego con tubos que tenían 27 metros de alto, bastante floja, nos subíamos tres a arreglarla, yo era el primero.

Aunque una vez se nos calló... a pues la volvimos a reparar la misma antena toda panda pero con eso transmitíamos, y ya fueron llegando entraditas así pequeñas de negocios pequeños de acá de Guazapa, porque no teníamos cobertura ni en Guazapa si quiera, solo aquí céntrica. Por ratos nos desinflábamos, pero gracias a Dios teníamos un proyecto de OXFAM, eso fue hace un año que veníamos con ese proyecto...

4. ¿Cuánto tiempo tiene usted de estar como director de programación?

Yo he tomado ese cargo desde ya casi 3 años,

Como aquí estamos cuatro departamentos: prensa, mercadeo, locución y producción.

Hay director de prensa, director de locución, director de mercadeo y director de producción.

Director de Mercadeo es Julio Ortiz

Director de Locución es Francisco Calles

Director de Producción es Marco Tulio

En prensa el problema que tenemos es que teníamos un muchacho que era el director, pero como ellos estudian y se van y dejan las cosas.

Entrevista
Aníbal Orellana
Miembro de la radio y de la Cruz Roja

1. ¿Qué tipo de trabajo realizas vos en la radio? Soy locutor, más que todo trabajo en locución, porque nos involucramos en prensa para las elecciones.

2.¿El área de prensa la tienen como opcional u ocasional?

La tenemos ocasional tal vez para cubrir eventos importantes porque ya hicimos dos intentos, anteriormente tuvimos intentos de sacar el noticiero y así fue como iniciamos con Carolina Trujillo ...

Entonces, ella vino acá a hacer horas sociales, entonces el primer noticiero lo tuvimos con ella, pasamos una vez a la semana lo sacábamos los miércoles, pues ya ella tuvo que irse, nos quedamos nosotros, pero como siempre la irresponsabilidad de los jóvenes ya cuando están estudiando que una cosa, que sacaban notas en el ratito que les quedaba tiempo y que el mero día talvez no teníamos nada porque ellos no habían ido a sacar nada, entonces ya suspendíamos el noticiero.

Y eso que un día a la semana, hay veces que no salíamos, o salíamos tarde ya con el noticiero no a la hora que tocaba, con unas notas medio improvisadas.

Pues decidimos mejor ya no meternos en ese lío, pero claro con la idea de que prensa siempre la vamos a tener y un noticiero que siempre hemos querido tener propio.

Hace como dos meses volvimos otra vez a agarrar aire y dijimos volvamos a entrar con todo, pues hicimos las producciones, las prestaciones de todo el noticiero para darlos los días miércoles otra vez, a la una de la tarde, pero pasamos como un mes o cuatro miércoles por hay así que la pasamos bien, ya de ahí para allá empezaron a decaer todos porque como la misma falta de incentivo (económico), que hay veces que uno necesita viáticos para viajar a cualquier lugar o para hacer tal cosa, pero como siempre hemos estado un poquito jaladitos económicamente.

3. ¿Nunca han probado trabajar con los sonidos locales para que les envíen la información, sin tener la necesidad de trasladarse hasta el lugar?

Esa idea tenemos, porque de la red y de eso nació lo que cubrimos de las elecciones. Entonces, así como trabajamos ese domingo esperamos trabajar con los sonidos locales para que ahorremos nosotros, para que nosotros como radio hacemos lo de nosotros acá arreglando y editando notas, y ellos mandándonos.

Así pensamos trabajar, pero todavía no nos hemos sentado a ordenar ya bien como vamos a hacer y con responsabilidades.

Se puede decir que lo de las elecciones fue como una prueba para nosotros de cómo trabajaríamos ya en el noticiero. La idea la tenemos desde hace tiempo, pero no hemos asentado nada todavía.

4. ¿Qué tipo de temas abordan en la radio?

Ahorita no tenemos ningún tema que se aborde. Anteriormente teníamos varios programas... prácticamente es poco lo que tenemos, lo único que pasamos es el noticiero

“Voces en contacto”, y toda la programación es música. Y los sábados que está “Veredas Tropicales”

Hay algunos programas que no los ponemos en programación (que Don Salvador los hace como entrevistas) porque son eventuales, no tienen un horario estable.

Si se tocan unos temas, nosotros como radio le hemos dado el apoyo a la Cruz Roja, la Policía, la Unidad de Salud, pero el problema es que no hay gente que sea responsable y que venga a sacar el programa.

5. Radio Guazapa tiene algún tipo de conexión con Cruz Roja

En cierta forma si. En su momento la radio dio un espacio de 15 minutos para que Cruz Roja diera a conocer programas, actividades que estaba desarrollando, y hacia donde iba, pero hubieron problemas de coordinación dentro de los que estaban llevando eso y bueno se perdió. Pero bien más adelante talvez se recupera ese espacio, son 15 minutos que la radio regala para la Cruz Roja.

6. Si la radio logrará establecer un noticiero como crees que la Cruz Roja podría ayudar.

Bueno creo que la Cruz Roja jugaría un papel importante en el noticiero de la radio siempre y cuando la tomen en cuenta. Porque la Cruz Roja esta de servicio toda la noche da cobertura a sucesos graves por ejemplo de donde puede generar una noticia y es la que esta mas que todo en contacto, entonces podría colaborar brindando información que la radio requiera o que soliciten.

Entrevista Don Francisco Amaya Músico y poblador de la localidad de Guazapa

1. ¿Y qué es lo que más le gusta de la Radio?

Mire ultimadamente la radio ha tenido un crecimiento bastante bueno, por lo menos hoy para las elecciones se mandaron donde distribuyeron gente para todos lados y pasaron sus notas en vivo de lo que estaba ocurriendo en lo que es alrededor de esta zona: Aguilares, Guazapa, Suchitoto, El Paisnal, toda la zona que cubrieron, bueno pues estaba bien bonito; y los programas que ellos tiran en vivo de lo que están haciendo: homenajes a artistas de renombre como este último que dieron de la desaparecida Rocío Durcal.....

2. ¿Y dentro de la programación de la radio hay algo que no le guste?

Todo lo que se da en la radio está bueno, yo digo de que no hay nada de lo cual nosotros nos podemos quejar, lo bueno es que tenemos un buen equipo.... Solamente que **¿Se pueden hacer sugerencias respecto a todo eso?** Sí. Este, Fuera bueno una capacitación un poco más profesional de los integrantes de la radio, porque ahorita algunos no tienen el rodaje suficiente como para poder hablar, poder entrevistar, es decir el profesionalismo en la persona. Dijera yo que solamente hay como unos tres: está Francisco, está el Chino Orellana que está, y Giovanni Mejía, el chelito. Entonces sí a ellos ya se les mira que ya tienen experiencia, pero sí falta mucho para que estén al frente del micrófono.

3. ¿Cuándo usted nos dice que ellos necesitan una capacitación, nos podría ampliar un poco más el por qué usted piensa que ellos necesitan recibir una capacitación?

Porque ellos se han formado a puro machete como dicen en nuestro idioma nacional, es decir talvez alguno ha recibido alguna clase de locución y ya han rodado así a base del desenvolvimiento diario que han tenido, han ido superando, han ido haciendo su propia voz me entiende, y van preparando a otros morros que van entrando por allí que tienen mucho para salir al aire, es decir es la radio de nuestra comunidad, pero lo cierto hay que decirlo.

4. ¿En el caso de los locutores, aparte de los tres que mencionó quien cree que necesita mejorar?

Si. pues mejorar el desenvolvimiento de su voz. Ellos hablan por que se les oye, pero en veces hay palabras bueno yo no se nada de eso de locución pero la verdad que en todos los niveles nos sacan gallo de una y otra cosa, pero hay palabras que no van con lo que es la ética de cómo podría decir una palabra uno. No pegan pues algunas palabras mal hechas y sin recibir una capacitación; es como el que escribe que tiene que escribir bien las palabras, que no vaya el error de ortografía allí, entonces aquí pasa en ellos de que en veces dicen una mala palabra que no pega pues.

5. Y por qué considera qué es importante que la radio tenga un espacio informativo local?

Es bueno porque aquí suceden algunas cosas que nos damos cuenta por otras radios. Es bueno que exista un noticiero.... **¿Y en qué horario le quedaría a usted o le sería más fácil oír el noticiero, qué horario considera que sería una buena hora?**

Fíjese que a las 12:30 ó 1 de la tarde.

Entrevista

Señora Marta Julia Orellana de Berrios

Ama de casa de la localidad de Guazapa

1. ¿Algún tema que les interese a las amas de casa?

Sería bueno una capacitación para cocina, para cualquier cosa, usted sabe que uno puede hacer lo más posible.

2. ¿En que horario le gustaría que dieran esos programas?

En la mañana, yo pienso que en la mañana uno a veces está haciendo limpieza o haciendo sus quehaceres, uno está oyendo radio. Para nosotras las amas de casa siento yo que en la mañana.

3. Y a usted como ama de casa ¿Cómo le gustaría que fuera un programa para la mujer?

Seria bueno poder hablar uno, sacarse algunas dudas.

Entrevista
Pastor Oscar Armando Pérez
Iglesia de Dios Mundial (Tutultepeque)

1. ¿Qué días tienen la programación ustedes?

La programación la tenemos todos los días de lunes a domingo de 12 a 12:30.

2. De lo poco que la escucha ¿Qué opinión le merece la programación?

Bueno ... hay testimonio de la gente que siempre la escuchan, por donde quiera que pasa uno siempre la escucha y están muy contentos, como antes no se escuchaba hasta allá y hoy si ya se escucha.

3. ¿A dónde dice que se escucha?

En Tutultepeque, ese pertenece a Nejapa, departamento de San Salvador, pero está aquí más cerca de Guazapa que de Nejapa.

4. ¿Usted considera que es importante que exista una radio comunitaria?

Sí, es muy importante, es más lo necesitamos pienso.

A Guazapa nosotros siempre la visitamos, pertenecemos a Nejapa pero visitamos más Guazapa porque tenemos más acceso y es más inmediato, queda más cerca y la gente está muy contenta por tener la radio y además se siente orgulloso uno de tener una radio en el pueblo donde uno visita.

5. En el caso del espacio que ustedes pagan ¿Cómo cree que ayuda a la comunidad de Guazapa y a la propia de ustedes?

Se oye e incluso, cuando nosotros pusimos el programa aquí comenzó gente a escucharlo, e incluso nos han parado en la calle para hacernos alguna pregunta acerca de lo que predicamos como es el evangelio, nos preguntan “mire”, alguna pregunta que tienen ellos. Eso quiere decir que sí lo escuchan.

Entrevista
Don Juvenal Leiva
Alcalde y presidente de la Asociación de Ganaderos de Guazapa

1. ¿Cuándo usted tomó el poder de la Alcaldía, como piensa tener las relaciones de ustedes, como Alcaldía con la Radio?

En primer lugar, el lugar en donde están es una oficina que anteriormente fueron de ANDA. Entonces hay un Comodato que vence hoy el 30 Abril. En primer lugar le vamos a revalidar el Comodato y luego pues los espacios que tiene, tiene un espacio pagado por la Alcaldía se va a mantener, y se va a manejar así como este otro que hemos tenido ahora como candidato, para que las comunidades se informen de las actividades que van a hacer.

2. A parte de los proyectos ya existentes, dentro de los proyectos nuevos que tiene la alcaldía ¿no entra un proyecto nuevo para trabajar de la mano con la radiodifusión en Guazapa?

la radio tiene el apoyo incondicional del Consejo, pero en las cosas que ellos como proyecto nos presenten.

3. Si la radio llegará a tener un noticiero ¿De qué manera les ayudaría a ustedes como Cooperativa?

Tendríamos que ver en los momentos que haya algo que anunciar o algo que informar a la ciudadanía, eso depende de la actividad que hagamos porque como Asociación de Ganaderos sí creemos en la necesidad de que haya un espacio.

Entrevista
Agente Mario Alexander Montejo Medina
Comandante de Guardia de la PNC.

1. Piensa que es importante que exista una radio en la comunidad

Sí, por los roles que tienen los medios de comunicación que se pueden usar de muchas formas, siempre y cuando sean transparentes, y que no sean para otros fines.

2. ¿Qué necesitan los locutores?

Más preparación, en el vocabulario, se nota la falta de preparación, pienso que quizás una gente que está en una radio tiene que saber un poco de todo, esa es la culpa de ellos.

3. Cree que es importante que la radio difunda espacios informativos.

Sí, es importante, en cuanto a la Policía fuera bueno el apoyo, pero no en forma de denuncia a la policía porque es un tanto irresponsable al decir cosas que no saben los pormenores. Pienso que mejor sería bueno venir hablar con nosotros y decirles, pasó esta cuestión así y así, no solamente que la gente llegó allá denunció y la Policía hizo esto, cuando no saben.

4. De quién es la culpa, de la gente que hizo la denuncia o del medio

Del medio porque si comenzamos, en el caso de la radio tienen que ser más responsables en cosas así, porque si no se hace un relajo como dicen, y comenzar a decir todo lo que dice la gente sin primero corroborarlo y tener una fuente confiable, siento que es peligroso.

5. ¿Qué tipo de noticias le gustaría que transmitiera?

No solamente la parte del crimen que le interesa más a los medios, sino una diversidad de noticias cuando se van a hacer campañas de cultura, de medicinas, de cualquier tipo no solamente enfocarse a cuestiones que tienen que ver con cuestiones policiales, con el crimen ...

Entrevistas
Sara Beatriz Flores (SBF)
José Mario Quintanilla Díaz (JMQ)
Jóvenes de la localidad

1. ¿Qué es lo que más te gusta y lo que menos te gusta?

(SBF) Lo que más me gusta, sería, la programación, la clase de música que más le gusta a los jóvenes...lo que menos me gusta es el noticiero, es muy aburrido

(JMQ) Lo que me gusta a mí de la radio es que complacen, a veces uno habla y pide la canción y ligero la complacen, esa es una de las cosas que me gustan.
Lo que no me gusta es cuando se ponen a hablar mucho en la radio.

2. ¿Cómo ves la programación de Radio Guazapa?

(SBF) Ahora esta mejor que antes porque hay bastante audiencia y vemos que les gusta más a los jóvenes, porque los jóvenes son los que se identifican llamando a la radio y también las personas adultas pero son por horas.

(JMQ) Ha mejorado bastante porque antes no tenía tanta cobertura y hoy sí, ya hay cobertura en Apopa, Nejapa, Aguilares, Chalate, ya se extendió bastante la radio.

3. ¿Te gustaría que la radio tuviera un noticiero local?

(JMQ): Sí, claro que sí porque realmente si ustedes pueden observar el cerro de Guazapa ha sido una riqueza quizás para los guazapences porque bastantes turistas vienen, pero lastimosamente no hay gente de aquí propia que vaya a enseñar las riquezas que hay en el cerro. En el cerro hay muchas riquezas, hay un bosque que se llama El Imposible y allí nadie va porque nadie conoce, y aquí tenemos la dicha de pasarnos para Guayabal en las fiestas, sí sería bueno que busquen un noticiero para destacar todo esto.

4. ¿Qué tipo de noticias abordaban en el último noticiero que tuvo Radio Guazapa?

(SBF) Noticias nacionales, internacionales, locales, salud, cultura, deportes y entrevista.
Pero ¿era bueno el noticiero? Bueno, me parecía cansado porque no daban cosas interesantes, porque lo más interesante para nosotros eran las cosas locales.

5. ¿Qué temas les gustaría que abordara la radio para ustedes como jóvenes?

(JMQ) Realmente aquí en Guazapa está abandonada la juventud, lo que quisiéramos es que aventará más publicidad a la juventud, por ejemplo hay está la casa de la juventud, una casa súper linda que ni la ocupan, pero allí unos dos que tres jóvenes se reúnen, lo que queremos es darle vida. Queremos que la radio se una al proyecto de la juventud, a la casa de la juventud abordando temas sobre el arte, la cultura y el deporte.

Entrevista
Lic. Armando Quijano
Persona que paga publicidad en la radio

1. ¿Y le funciona la publicidad?

Pues mire la publicidad en la radio me ha funcionado quizás en un 60 % porque considero que todavía hay gentes que deben acostumbrarse a la frecuencia de radio Guazapa, porque todavía escucha otras radios, pero si ha mejorado a diferencia de un año que la mayoría de gente no se acostumbraba a la radio.

2. ¿Qué función está realizando la radio dentro de su comunidad?

Una de las contribuciones más grandes de la radio es prestar por ejemplo en los tiempos de campaña política una cobertura de lo que son las elecciones, además concursar con los distintos candidatos de manera que presenten su propuesta o plan de gobierno para que la población conozca y tenga un amplio sentido por quién pueden votar. Entonces en ese sentido la radio ha trabajado mucho desde el período de 2003 y 2006 que le dio cobertura, eso es uno de los factores más importantes que yo le miro.

Y lo otro es con el desarrollo de la juventud que varios jóvenes se han motivado de venir aquí a aprender, a como poder manejar cabina y todo eso, es una buena motivación para Guazapa.

3. Entonces ¿qué tipo de tratamiento informativo tiene la radio?

Fíjese que las noticias que más que todo se dan son a nivel internacional cuando hacen el enlace con ARPAS, pero las noticias del país no se están pasando y hay mucha gente que no alcanza a comprar el periódico, que no ve la televisión y esta desinformada. Entonces inclusive en Guazapa se están dando situaciones que puede dársele cobertura con cualquier persona que maneje el periodismo y no se les da, ni se pasa. **¿Cómo cuales hechos por ejemplo?** Lo de rutina, por ejemplo: Un incidente que se dio en Guazapa, vino alguien importante a Guazapa a visitar cualquier lugar de Guazapa no se conoce, debería estarse pasando, el desarrollo o progreso del mercado (como va el avance del mercado municipal), todo eso.

4. Usted conoce otro tipo de tratamiento informativo que podría dar la radio a parte de un noticiero. Sí. ¿Sería importante que la radio lo impulsara? Yo pienso que la radio podría por lo menos hacer un boletín informativo donde la gente pueda identificar algunos elementos importantes de la radio, que se de cuenta y que también eso pueda ayudar para que la persona pueda ser un cliente más que escucha la radio las 24 horas. Entonces nosotros muchas veces queremos ver por escrito todas las cualidades o bondades de una institución, mientras no las vemos ni conocemos no nos motiva. Eso puede ayudar también pasar panfletos o boletines.

Entrevista
Dra. Ingrid Lissette Peraza de Rivera
Persona que paga publicidad en la radio

1. ¿Considera que la radio es abierta a toda la población?

Ahí no les podría decir, aunque realmente tendría que ser abierta porque es un servicio a la comunidad y máximo si es pagada, pues tendrían que serlo pero realmente no se cuál es la política interna que ellos manejan.

2. Pero ¿usted sabe que ésta radio es comunitaria y no comercial?.

Entonces, a mi modo de ver la radio es más comercial que comunitaria porque le toma más importancia a las cosas publicitarias.

3. Usted como mujer que temas cree que sería bueno que se tocarán en torno a las mujeres.

Aquí como en todas partes se dan casos de embarazos en las muchachas de corta edad, entonces haría falta un poco de orientación familiar...

4. Dentro de la programación de la radio ¿cree que es necesario que la radio tenga un espacio informativo?

Sí. Sería importante más que todo de los asuntos internos. Digamos como cualquier pueblo tiene su política interna, sus avances o cuestiones internas que pasan aquí y que sería bueno que esto se divulgara verdad, para que todos los demás nos diéramos cuenta.

Entrevista
Licda. María Dina Sales de Rodríguez
Presidenta de CORAMS y representante nacional de AMARC El Salvador

1. ¿Cómo obtiene Radio Guazapa su personería jurídica?

La personería jurídica ellos la están buscando a través de Gobernación, pero para tener posibilidad de estar al aire o de funcionar entonces necesitaban tener personería jurídica y entonces como no se las da el Ministerio, mientras han buscado como un padrino – madrina para que les preste digamos el espacio como personería jurídica a Radio Guazapa para poder estar al aire. Nosotros lo que hemos hecho es un acuerdo de junta directiva donde les damos esa factibilidad a Radio Guazapa de tramitar su frecuencia a través de nuestra personería jurídica.

Nosotras sólo les hemos prestado el espacio, es decir como es un requisito del Ministerio que sean legales, ellos no son legales, si no tienen personería jurídica, se han vuelto legales porque nosotros les hemos prestado nuestra personería jurídica para ser legales y poder salir al aire.

Ellos están tramitando su personería, pero como en el Ministerio son un problema verdad, de que les ponen trabas y bueno nunca dan respuestas entonces la están tramitando desde

hace tres años y nosotros todos los años les renovamos nuestra personería jurídica porque sino no pueden funcionar.

A mi me llaman del ministerio pidiéndome datos sobre la radio porque según ellos es mía la radio o de CORAMS y no es de CORAMS. **Mientras a ellos no les den su personería jurídica ellos no podrán ser independientes** por eso ellos dicen que nosotros somos el padrino de ellos y yo la madrina