

Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Departamento de Periodismo

ESTUDIO HISTORICO-ANALITICO DE LA
RADIODIFUSION EN EL SALVADOR

Tesis Presentada como Requisito
Para Optar el Grado de
Licenciado en Periodismo

por:

Bethy Noemy Reyes Girón y
María Eugenia González Gómez

San Salvador, Septiembre de 1979.



T
384.54
R457e

Ej. 3

INDICE

Capítulo	Página
INDICE _____	ii
PROLOGO _____	iv
INTRODUCCION _____	vi
I. GENERALIDADES DE LA COMUNICACION _____	9
A. QUE ES LA COMUNICACION _____	9
1. Conceptos y Definiciones _____	9
2. Proceso de la Comunicación _____	14
3. Funciones de la Comunicación _____	19
4. Importancia de la Comunicación _____	20
5. Innovaciones y Alcances de la Comunicación _____	22
II. RADIODIFUSION Y COMUNICACION COLECTIVA _____	25
A. QUE ES LA RADIODIFUSION _____	29
1. Conceptos y Definiciones _____	30
2. Funciones de la Radiodifusión _____	32
3. Importancia de la Radiodifusión _____	33
4. Innovaciones y Alcances de la Radiodifusión _____	34
III. LA RADIODIFUSION EN EL SALVADOR _____	37
A. ANTECEDENTES _____	37
B. DESARROLLO DE LA RADIODIFUSION _____	40
1. Primer Período (1920-1945) _____	40
2. Segundo Período (1946-1978) _____	43
a. Programación _____	45

Capítulo	Página
b. Difusión y Audiencia_____	46
C. RELACION CON OTROS MEDIOS DE COMUNICACION COLECTIVA_____	47
IV. PERSPECTIVAS DE LA RADIODIFUSION EN EL SALVADOR_____	52
A. COMO MEDIO DE LA COMUNICACION COLECTIVA_____	53
B. EN EL DESARROLLO SOCIO-CULTURAL DEL PAIS_____	56
C. EN LA PROFESIONALIZACION DEL PERSONAL DE RADIOFONIA_____	59
D. EN EL DESARROLLO RADIOFONICA SALVADOREÑO_____	62
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES_____	64
A. CONCLUSIONES_____	64
B. RECOMENDACIONES_____	66
BIBLIOGRAFIA CITADA_____	68
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA_____	71
ANEXO No. 1: MODELO DE CUESTIONARIO_____	72
ANEXO No. 2: MUESTRA SELECCIONADA_____	76
ANEXO No. 3: RESULTADOS DE LA ENCUESTA_____	78
ANEXO No. 4: AUDIENCIA DE LA RADIO_____	86



PROLOGO

En todo país, pequeño o grande, siempre ha existido la necesidad de contar con la documentación y material bibliográfico necesarios para informarse sobre el desarrollo de los Medios de Comunicación Colectiva; ya que estos constituyen uno de los elementos fundamentales de la transmisión de cultura, cualesquiera sea la región, sistema, credo o condición social.

Además, en los países de América Latina constituyen uno de los pilares en los procesos de liberación de los pueblos de estos territorios; ya que a través de los Medios de Comunicación Colectiva se aliena y se aculturiza al pueblo, se le transmite la información acorde al sistema imperante, y se le incorpora a estos procesos, en síntesis, el trabajo orientador de los Medios de Comunicación Colectiva es vital para las naciones-estados de cualesquiera de los continentes.

Son estos medios los que entretienen, informan y generan opinión entre las comunidades; es a través de ellos que se generan necesidades, intereses y condiciones, y para lograrlo, las empresas mantienen todos aquellos aspectos que perpetúan las condiciones socio-económicas de los diferentes sectores sociales.

Dentro de este marco, está la radiodifusión en El Salvador, un medio trascendental por las mismas condiciones del pueblo: Alto porcentaje de Analfabetismo (Más del 59%), y precarias condiciones económicas.

Esto fue lo que provocó el interés y curiosidad de las investigadoras por conocer el desarrollo de la radiodifusión.

Para la realización de esta investigación que satisface en alguna medida las aspiraciones de las investigadoras, se debe en parte a la paciente y decidida colaboración de productores, directores y pioneros de la Radiodifusión en El Salvador, entre los que podemos señalar a los señores Rolando Orellana, Francisco Medina Funes, Felipe Ochoa Valenzuela, Joaquín Castro Canizalez, Carlos Ovidio Linares, Alfonso Rivas Cañas, y otros, sin cuya colaboración no se hubiera podido llevar a feliz término este trabajo; a todos ellos nuestros agradecimientos.

Nuestros agradecimientos a periodistas como: Rosendo Majano, Omar González, Jorge Armando Contreras y otros cuyos nombres se nos escapan de la mente; a todos millones de gracias por su decidida colaboración.

A los asesores del trabajo de investigación, cuya orientación y observaciones contribuyeron a complementar y pulir este trabajo; les damos las gracias infinitas.

A nuestros padres Horacio Reyes Girón, Ana Matilde de Reyes, José Eduardo González (QEPD), María Elvia Gómez y a todos nuestros familiares les dedicamos este trabajo; les agradecemos habernos entusiasmado y compartido con nosotras las dificultades que afrontamos durante el proceso investigativo; ya que sin su aliento no habiéramos concluido esta Tesis. A todos, nuestros compañeros y profesores, infinitas gracias.

Las Autoras

INTRODUCCION

La presente investigación ha sido realizada por la inquietud de tener una visión más amplia de lo que es la Radiodifusión en El Salvador. Así como conocer el desarrollo alcanzado a través de más de 52 años de funcionar en el país.

Es natural que existan algunos documentos relacionados con el tema; sin embargo, estos adolecen de una validez científica porque ha sido producto de la "especulación o de la improvisación". Por ello, el presente trabajo pretende suplir esa deficiencia y para eso se ha aplicado las técnicas de la Investigación Científica.

El período 1920-1978, ha sido dividido en dos etapas: De 1920 a 1945 y de 1946 a 1978.

La primera etapa marca el nacimiento y desarrollo de la Radiodifusión a nivel mundial; y dentro de ésta, el surgimiento en El Salvador, con todos los problemas y dificultades de un Medio de Comunicación Colectiva naciente.

La segunda etapa se determina basada en el hecho de que, después de la Segunda Guerra Mundial, se dio un resurgir de la Radiodifusión; producto de una mayor tecnificación y modernización del equipo y mejor capacitación del personal. Cuestión similar ocurrió en El Salvador, aunque no con el desarrollo y nivel de otros países; pero se dio, según puede comprobarse en la investigación realizada.

La división permitirá establecer las diferencias y secuencias en el desarrollo de la Radiodifusión Salvadoreña; conocer sus antecedentes, el

desarrollo y problema en sus 52 años de funcionamiento; desde el establecimiento de la primera estación de radio, hayá por Marzo de 1926.

Por ello, se ha planteado una serie de interrogantes, encaminadas a conocer ese desarrollo; así el problema planteado es ¿Cuál ha sido ese desarrollo en los 52 años de existencia en El Salvador?, ¿Ha cumplido la Radiodifusión con las funciones de la Comunicación Colectiva, y con el avance socio-cultural del país? y luego establecer cuáles son las perspectivas de este Medio de Comunicación Colectiva en El Salvador.

La investigación realizada planteada como objetivo de la misma, la determinación de cuál ha sido el avance, desarrollo y perspectivas de este medio dentro del país; lo que culminará con el estudio científico sobre la importancia de la Radiodifusión Salvadoreña, para más de 4.5 millones de habitantes en un territorio de 21 mil kilómetros cuadrados, y en el que más del 59% de la población no sabe leer ni escribir.

Realmente, esta condición generó un interés especial por parte de las investigadoras, quienes buscaron resolver las interrogantes planteadas mediante la metodología y técnicas señaladas anteriormente.

Este estudio involucra la programación, contenido de los programas, cobertura y audiencia en todo el territorio nacional; tanto en los primeros años de surgimiento de la radio como en la totalidad del tiempo de existencia. Para ello, se determinó el Universo o Población, el que está constituido por 67 estaciones de Radio en todo El Salvador, y del que se determinó la muestra de esta Tesis.

Con base en dicho muestreo, se procedió a desarrollar encuestas y entrevistas, lo que dio los resultados planteados en este trabajo.

La investigación comprende Generalidades de la Comunicación, Radiodifusión y Comunicación Colectiva, la Radiodifusión en El Salvador, perspectivas de la Radiodifusión en El Salvador, Conclusiones y Recomendaciones; todas referidas a la programación, cobertura y audiencia.

Es importante aclarar que durante el período de la recabación de datos, se encontraron dificultades como "el temor de la gente de radio a proporcionar la información requerida", así como la escasez de material documental relacionado con el tema seleccionado; sin embargo, estos obstáculos lograron ser superados y llegar a feliz término con este estudio sobre la Radiodifusión en El Salvador.

CAPITULO I

GENERALIDADES DE LA COMUNICACION

En este apartado se tratará de definir y conceptualizar el término "Comunicación"; así como se plantearán los Procesos de Comunicación que se han dado al través de los años, y las funciones de ésta. Además, la importancia, innovaciones y alcances de la misma.

A. QUE ES LA COMUNICACION. En su forma más simple puede decirse que consiste en la interrelación de sus tres elementos fundamentales: Transmisor, Mensaje y Receptor.

Sin embargo, con ello no se logra exponer una visión clara y precisa del significado del término; por lo que se hace necesario plantear definiciones y conceptualizaciones que contribuyan a la clarificación del significado de Comunicación.

1. Conceptos y Definiciones. El concepto de Comunicación es amplio porque designa el proceso mediante el cual se transmiten significados entre los seres humanos. A este respecto, el periodista Camilo Taufic¹ sostiene que:

"Es un proceso que está vinculado no sólo al lenguaje, sino a todo sistema de señales, desde las luces de un semáforo a una sinfonía, desde un simple gesto facial a una emisión de televisión vía satélite, desde un cartel a un diario editado en cinco millones de ejemplares. Su estudio abarca un campo tan extenso como la misma vida, puesto que la comunicación está presente en todas las relaciones humanas, sean de producción, familiares, políticas o culturales".

1. TAUFIC, Camilo, Periodismo y Lucha de Clases, 1a. edición, Ediciones de la Flor, Buenos Aires (Argentina), 1973, pp. 17

El mismo autor¹ añade que:

"Decir que la comunicación es vital para cada individuo es insuficiente; es una de las condiciones 'sine qua non' de la existencia social. La sociedad no puede subsistir sin que sus miembros se alimenten, abriguen y reproduzcan, y para hacerlo necesitan trabajar colectivamente. Mas ni si quiera esa actividad puede realizarse sin comunicación. Ya en el principio de la historia humana, fue el trabajo en común -la actividad social fundamental- el que desarrolló el pensamiento y, por tanto, originó el lenguaje. Comunicar es transmitir significados; y más que eso: compartirlos (del latín 'comunis', lo que es común). Gracias a la comunicación social, incluso antes de que los hombres hablaran, por gestos o sonidos guturales, estos pudieron desarrollar el trabajo social y su propia condición 'humana', es decir, racional; parlante. Pero esa comunicación y esa producción compartidas de los primeros tiempos, compartidas en esfuerzo y beneficios, dejaron de serlo al dividirse la sociedad en clases. Los explotadores no sólo se apropiaron entonces -por la fuerza y el pillaje- de los medios de producción, sino que pasaron a dominar los medios de comunicación. Para unos quedó el trabajo agobiante y embrutecedor; para otros, el cultivo del pensamiento, la palabra, la oratoria, que se convirtieron en un factor de refuerzo para el dominio de los amos sobre los esclavos".

Como puede observarse en el planteamiento citado, la comunicación es tan fundamental como la vivienda, alimentación y educación del individuo; inclusive, éstas dependen del avance comunicacional que en el pasado lograron los primeros hombres, debido a que la comunicación² es "transmitir significados; difundir conocimientos, estados de ánimo, ideas, sentimientos o intenciones entre personas".

1. TAUFIC, Ob cit, pp. 17-18

2. TAUFIC, Ibidem, pp. 29

Para complementar lo expuesto con relación a la importancia fundamental de la comunicación en las relaciones humanas, se cita lo expuesto por Pat Bowman¹, quien sostiene que la comunicación es "la participación, transmisión o intercambio de ideas, conocimientos, etc., valiéndose de la palabra, escritura o los signos". Añade que comunicación es "cualquier transferencia de significados, incluso transferido a través del silencio, entre dos personas o grupos".

La comunicación como cualquier otra cosa del ser humano, puede ser regulada por el énfasis, el tono de voz, el gesto, la actitud y la postura; ya que para transmitir un mensaje es necesario la utilización de palabras, signos, dibujos, ademanes, representaciones gráficas y señales.

Como se dice anteriormente, la comunicación es tan antigua como el hombre mismo para quien la acción de comunicarse ha sido tan natural y necesario como dormir, procrear, o comer. Por lo que al vivir en sociedad, toda la producción de bienes de cultura del hombre, los ha realizado como una manifestación de comunicación, como deseo de expresar algo; ya que como señalan en la Revista ABRA², el comunicarse "no significa sólo 'hablar' sino mucho más, comunicar es expresar una actividad, un hecho, un pensamiento, una ideología, etc., es hacer, actuar, indicar. No es sólo decir palabras, sino también producir... es vida si se quiere".

1. BOWMAN, Pat, y Nigel Ellis, Manual de Relaciones Públicas, 1a. edición Editorial Gráficos Sagitario, S.A., Barcelona (España), 1964, pp.335

2. LETRAS, Departamento de, Sobre Comunicación, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, Revista ABRA, No. 2 mayo 1975, pp. 31

Este término se deriva del latín 'communis' que significa "hacer común", por lo que cuando una persona quiere comunicarse, ordinariamente desea producir algún efecto en el individuo o grupo con el que se comunica. Y según el periodista Siegfried Mendel¹, se "intenta compartir ideas o sentimientos, definir, explicar o analizar algo para el que recibe la comunicación, inducir una actitud o creencia, estimular una línea de conducta".

Esto, naturalmente, se convierte en una necesidad del hombre, ya que no puede vivir aislado y sin comunicarse, no puede vivir ajeno a la realidad y al acontecer diario en este mundo cambiante; además, el individuo siente la necesidad de transmitir sus conocimientos, sus experiencias, sus preocupaciones, sus emociones; necesita transmitir su cultura, darla a conocer a sus semejantes; es la razón de ser del ente social.

Para Charles Wright², la comunicación es tan fundamental para la vida del ser humano; dicho autor sostiene que:

"Para los seres humanos, el proceso es a la vez fundamental y vital. Fundamental en cuanto toda sociedad humana, desde la primitiva hasta la moderna, está fundada en la capacidad que el hombre tiene de transmitir sus intenciones, deseos, sentimientos, saber y experiencia, de persona a persona. Es vital en tanto la posibilidad de comunicación con los otros aumenta las oportunidades individuales para sobrevivir, del mismo modo como su ausencia es vista, generalmente, como una forma seria de trastorno patológico de la personalidad".

-
1. MENDEL, Siegfried, y Otros, Periodismo Moderno, 1a. edición en Español, Editorial Letras S.A., México D.F. (México), 1965, pp. 86
 2. WRIGHT, Charles, Comunicación de Masas, 3a. edición, Editorial Paidós, Buenos Aires (Argentina), 1972, pp. 9

Por lo que puede decirse que la acción de comunicarse surgió cuando el hombre buscó la vida en sociedad o pequeños grupos comunitarios entre los que se compartieron los conocimientos sobre la utilización y elaboración de armas para la caza; cuando inició la transición de la etapa nómada a la sedentaria. Esto no significa que no haya habido antes una comunicación rudimentaria efectuada por medio de gruñidos, bailoteos y ademanes, mediante los cuales expresaban temor por la presencia de seres extraños o un peligro.

Esa forma rudimentaria de comunicarse se desarrolló paralela al avance del hombre mismo, al grado que en la actualidad, la tecnología ha contribuido a las facilidades de la comunicación a través de los diferentes medios.

También puede señalarse que la comunicación es fundamental y valiosa para la vida del ser humano, para su progreso y desarrollo integral; así como para su condición de ser social. Esto determina que la comunicación es la base del quehacer diario del hombre, tanto como individuo y como elemento de una colectividad.

En cuanto al significado de comunicación puede concluirse que ésta es "la transmisión de conocimientos, emociones, sentimientos, experiencias y dudas relacionadas con la realidad del mundo circundante, de un individuo a otro o a un grupo, con la finalidad de provocar reacciones positivas o negativas por parte de los elementos que reciben el contenido del mensaje. Esto a través de palabras, ademanes, señales y signos con los cuales los receptores tienen la interpretación de los significados".

2. Proceso de la Comunicación. En los esquemas presentados en este apartado, se plantean la dinámica de la comunicación y el desarrollo logrado por ésta al través de los años.

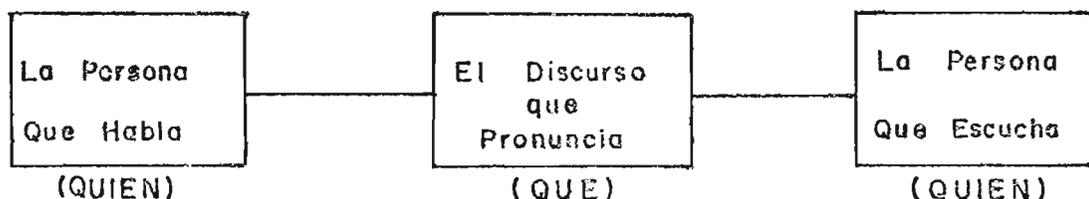
Es natural que dicho avance se refiere a los nuevos planteamientos desde Aristóteles, quien desarrolló un esquema muy simple, hasta las esquematizaciones modernas de las Ciencias de la Comunicación Colectiva. Para ello, se cita lo expuesto por Wilbur Schramm¹, quien sostiene:

"La comunicación exige siempre por lo menos tres elementos: la fuente, el mensaje y el destino. La fuente puede ser una persona (que habla, escribe, dibuja o hace gestos) o una organización informativa (como un periódico, una casa editora, una estación de televisión o un estudio de cine). El mensaje puede tomar la forma de la tinta en el papel, de las ondas sonoras en el aire, de los impulsos de una corriente eléctrica, un movimiento de la mano, una bandera que ondea, o cualquier otra señal cuyo significado pueda interpretarse. El destino puede ser una persona que escucha, que observa o lee, o un miembro de un grupo que discute, el auditorio de una conferencia, una multitud en el fútbol, o una turbamulta: o un miembro del grupo determinado al que llamamos el público perceptor, como es el lector de un periódico o el que mira la televisión".

El primero en esquematizar el Proceso de la Comunicación fue el griego Aristóteles², quien la definió como "la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión". Para lo que planteaba tres elementos principales: La persona que habla, el discurso que pronuncia, la persona que escucha (Quién - Qué- Quien).

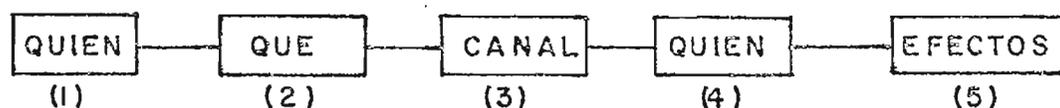
-
1. SCHRAMM, Wilbur, Proceso y Efectos de la Comunicación Colectiva, 1a. edición, Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL), Quito, (Ecuador), 1964, pp. 3
 2. NIXON, Raymond, Investigaciones sobre Comunicación Colectiva, 1a. edición, CIESPAL, Quito (Ecuador), 1963, pp. 13

Dicho esquema es el siguiente:



Como puede observarse en el diagrama aristotélico están planteados los tres elementos fundamentales de la comunicación: Transmisor, Mensaje y Receptor.

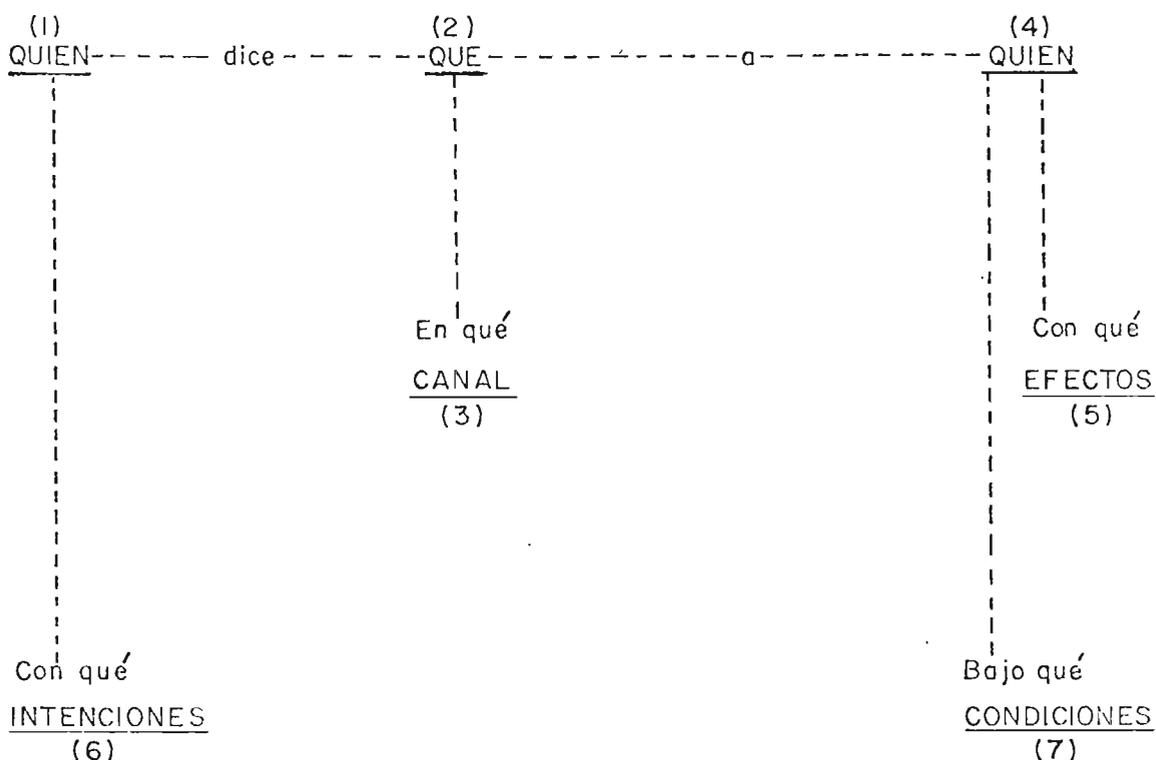
Este proceso fue ampliado cuando se incrementó el estudio de las Ciencias de la Comunicación Colectiva, en la década de 1930. Así el Diagrama de Lasswell¹, señala cinco elementos:



El diagrama anterior muestra las cinco grandes zonas en el estudio de los Procesos de Comunicación. Aparece planteado: QUIEN dice QUE en qué CANAL a QUIEN con qué EFECTOS. Como puede observarse, aparecen incluidos dos nuevos elementos: El Canal en el que se transmiten los mensajes y los Efectos que estos producen en el auditorio o receptor.

1. SCHRAMM, Wilbur, La Ciencia de la Comunicación Humana, 1a. edición CIESPAL, Quito (Ecuador), 1967, pp. 2

El periodista estadounidense Raymond Nixon plantea un esquema en el que agrega dos elementos más al Diagrama de Lasswell: Con qué INTENCIONES y bajo qué CONDICIONES. El nuevo Diagrama denominado Lasswell-Nixon es el siguiente:

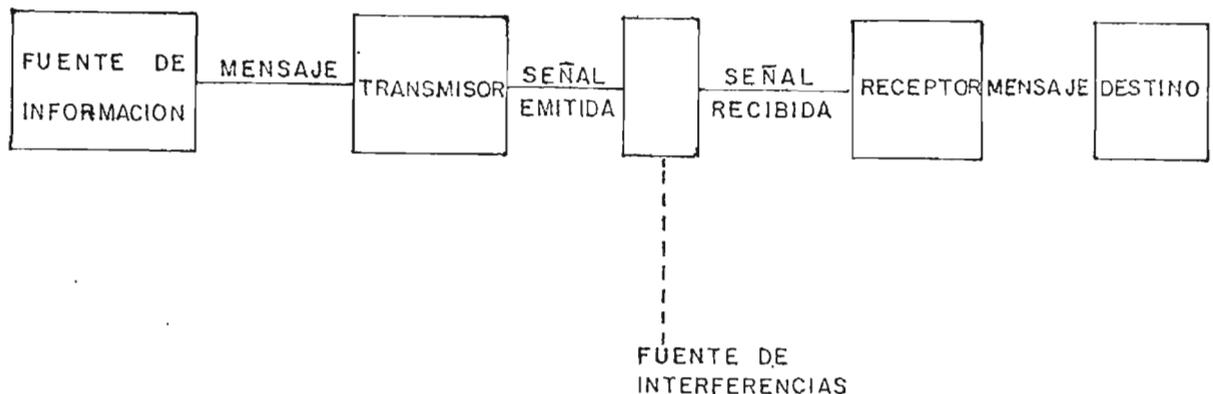


Como puede observarse en el Diagrama de Lasswell-Nixon, se hace un planteamiento más completo de los Procesos de Comunicación; ya que se de terminan las condiciones y las intenciones existentes cuando se quiere establecer la comunicación. Este diagrama es uno de los más completos porque involucra los diferentes aspectos relacionados con la comunicación, así: Cita los tres elementos fundamentales: Transmisor-Mensaje-Receptor, y a ellos les añade la necesidad de un medio para transmitir el mensaje,

los efectos que ésta puede provocar, las intenciones que se tienen por el transmisor y las condiciones existentes en el envío del contenido del mensaje.

Con el transcurso de los años, dichos procesos fueron ampliándose en cuanto a elementos; pero siempre conservaron sus tres elementos fundamentales: Transmisor-Mensaje-Receptor.

Esto provocó que en el año de 1947, los profesionales Claude E. Shannon¹ y Warren Weaver elaboraron uno de los modelos contemporáneos de la comunicación electrónica más usados. Se agrega en el presente trabajo porque el mismo trata de la radiodifusión. Dicho diagrama es el siguiente:



En este diagrama se agregan la "fuente de Información", la "fuente de Interferencias" y "destino". Estos tres elementos son de importancia

1. SHANNON, Claude, y Weaver, Warren, The Mathematical Theory of Comunication, Departamento de Prensa de la Universidad de Illinois (Estados Unidos), 1949, pp. 5

dentro de la Comunicación Colectiva, ya que la fuente de información es la realidad (hechos-fenómenos-naturaleza, etc).

Además, al referirse a las fuentes de interferencias, éstas pueden ser: el analfabetismo, las barreras del idioma, variedad de prejuicios, censura y supresión de la información. Así el francés Francoise Gauquelin¹ señala que entre las interferencias que pueden dificultar la comunicación están:

- a. El Lenguaje. Deben emplearse palabras usuales y cortas; es decir, la ley del menor esfuerzo. Comunicarse bien es ser sencillo.
- b. Ruidos y Redundancias. Tales como la mala impresión, toses del auditorio, imaginación vagabunda, fallas en la transmisión, etc.
- c. Falta de Contenido en el Mensaje. Hablar o expresarse, pero no decir algo concreto; no poder comunicarse, etc.

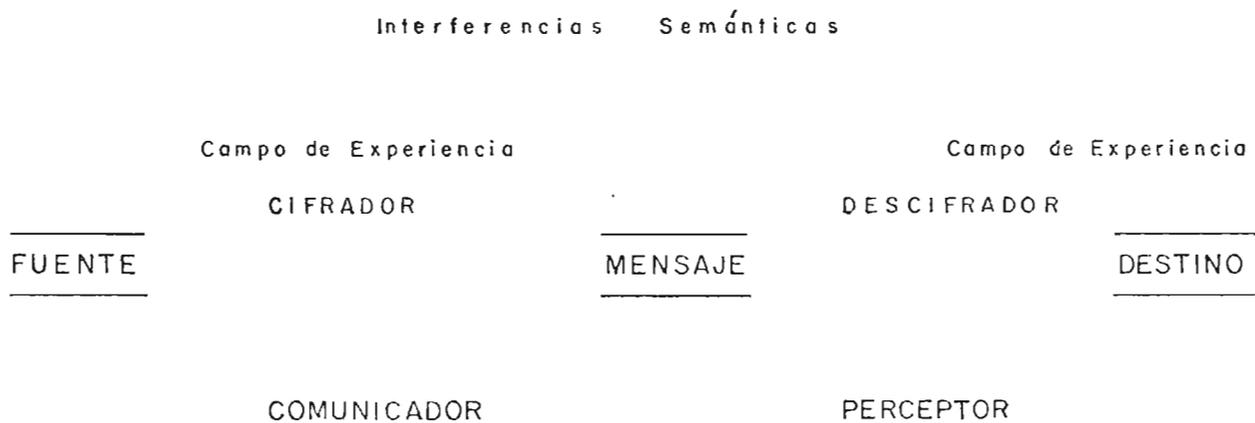
Es natural que las interferencias sean diversas, pero debido a que dentro del presente trabajo no se tiene como objetivo el analizar dicho aspecto sino establecer los avances logrados por la radiodifusión en el país; sólo se hará el citado planteamiento.

Lo expresado anteriormente plantea que para lograr una eficiente comunicación hay que tener en cuenta las barreras o interferencias, así como que existen entre el transmisor y el receptor, un campo común de experiencias. A este respecto, Wilbur Schramm² señala que "Si los campos de experiencia del perceptor no son los mismos que los del comunicador,

1. GAUQUELIN, Francoise, Saber Comunicarse, 2a. edición, Ediciones Mensajero, Bilbao (España), 1972, pp. 27-29.
2. SCHRAMM, Ob cit, pp. 5

no se comprende el significado del mensaje. La utilización de claves (lenguaje, por ejemplo) no comunes, produce las interferencias semánticas".

Para una mayor claridad a lo expresado por el citado autor, se aña de el diagrama que establece que mientras más grande sea el campo común de experiencias, más eficaz es la comunicación.



3. Funciones de la Comunicación. Esta tiene como función fundamental: orientar lo que se logra mediante la influencia en la consciencia y conducta de las demás personas.

Esta orientación puede darse a través de la información, entretenimiento, formación de opinión y mediante la educación que se difunde con la utilización de los medios de comunicación colectiva. Esto debido a que la comunicación consiste en transmitir significados, en difundir conocimientos, estados de ánimo, ideas, sentimientos o intenciones entre personas.

Debe recordarse que la comunicación esta presente en todas las relaciones

humanas, sean de producción, familiares, políticas, culturales, educativas e ideológicas.

A través de la comunicación se busca persuadir y llevar al convencimiento para que el auditorio asuma una posición favorable a determinado contenido del mensaje. Esto convierte a la comunicación en el instrumento fundamental del desarrollo social e individual de los semejantes. Contribuye a las relaciones sociales entre humanos.

Pero para que se cumpla tal cometido, debe tenerse en cuenta que la comunicación requiere:

- a. Tener claridad a qué material es probable que responda el comunicado;
- b. Qué principios rigen la percepción del material y qué símbolos suscitarán la respuesta deseada;
- c. Si los principios concordarán con los aspectos perceptivos.

En resumen puede decirse que la comunicación contribuye al control cultural sobre el medio ambiente; hay supervisión del ambiente; transmisión de la herencia social de una generación a las siguientes y la transmisión de cultura.

4. Importancia de la Comunicación. La comunicación constituye una de las razones del desarrollo social, científico, político y económico del ser humano; ya que sin comunicación no podrían darse las transmisiones de conocimientos, experiencias, sentimientos e ideas entre los seres humanos.

Constituye el proceso vital y dinámico del quehacer de las sociedades modernas; es un fenómeno omnipresente en el mundo contemporáneo. Es decir que es una especie de común denominador de las diversas actividades del hombre, sean éstas políticas, económicas y sociales.

A este respecto, Francoise Gauquelin¹ sostiene que:

"Para el hombre, la aptitud para comunicarse con sus semejantes es una función vital. Ella es la que permite la vida social sin la que nuestra especie estaría, para sobrevivir, más desarmada que la mayoría de las especies animales. Desde el nacimiento, el bebé, aun antes de saber mamar, sabe llamar a su madre con gritos imperiosos. En todos los actos de la vida, hacerse comprender de los demás y comprenderlos sigue siendo una actividad primordial".

El referido autor sostiene que la comunicación es una función vital tanto en sociedad como en cualquier acto de la vida del hombre; ya que sin comunicación sería imposible la subsistencia del ser humano, pues este por naturaleza es un ser social.

Según los especialistas en comunicación, el ser humano utiliza el 80% del tiempo total del trabajo en la oficina o en la casa, en comunicarse. Es el elemento principal en las actividades diarias del ser humano, ya que es tan vital para desarrollar las actividades laborales, políticas, estudiantiles, profesionales, culturales, educacionales, propagandísticas e ideológicas. Es difícil existir sin aplicar la comunicación con los semejantes.

Por su parte, el autor Ramiro Samaniego², al referirse a la importancia de la comunicación señala que "La comunicación es un proceso social básico. No hay interacción sin comunicación. Las diversas actividades

1. GAUQUELIN, Ob cit, pp. 36

2. SAMANIEGO, Ramiro, Manual de Investigación por Encuestas, Curso Organizado por el Centro de Ejecutivos de Quito y la Cámara de Comercio de Quito, Folleto impreso en el Centro de Ejecutivos, Quito (Ecuador), 1968 pp. I

de la empresa privada, sin excepción, requiere de interacción y por tanto, de comunicación".

Como puede observarse este proceso está considerado como vital y fundamental en el desarrollo integral de las comunidades modernas del mundo, y que sin la comunicación no se podría mantener el creciente desarrollo socio-económico-político; sino que por el contrario: Las sociedades tienden a extinguirse por la falta de transmisión de conocimientos, experiencias, sentimientos, ideas y otros.

5. Innovaciones y Alcances de la Comunicación. El desarrollo de la comunicación se inició con los gruñidos emitidos por los nómadas mediante los cuales indicaban peligro para el grupo; luego con el perfeccionamiento del lenguaje, tanto escrito como oral, la comunicación se fue completando, al grado que con el transcurso de los años se ha convertido en el elemento fundamental de las sociedades tecnologizadas. La importancia de este proceso se ha incrementado a medida que aumentan las concentraciones urbanas y la movilidad social.

En un ambiente de divisiones entre las sociedades modernas se desarrolla y se innova la comunicación; así surge primero el diario tabloide; después el cine, la radio y la televisión, en los que el mensaje tiene sello de la respectiva penetración ideológica y cultural del sector o clase social dominante.

Así los medios utilizados para comunicarse colectivamente, se van perfeccionando en su sistema de impresión, en la calidad del papel, en la nitidez de la impresión, en la calidad del contenido del mensaje. Fue a partir del año de 1631 que surgió el primer periódico tabloide que

con el correr de los años se fue perfeccionando; en el caso de la radio, ésta surgió el año de 1910, y diez años después, se inician las investigaciones sobre la televisión. Ambos medios de comunicación colectiva se han perfeccionado, así: Surgió el radio transistorizado y portátil, los niveles de alcances de la radio han crecido, lo mismo que sus audiencias. Cuestión similar ocurre con la televisión, ya que surge el videotape, las pantallas de panel de cristal, la televisión en color.

La tecnología logra desarrollar los satélites de comunicación que en 1972 permite la primera retransmisión de un programa de televisión desde los Estados Unidos; este satélite fue el Telstar. En la actualidad se cuentan 15 satélites de comunicación de la Unión Soviética, los Molniya; además, están los 11 Intelsat, de los Estados Unidos. Estos satélites de comunicación cubren los cinco continentes y mediante ellos pueden transmitirse "en vivo" los diferentes acontecimientos ocurridos en cualquier parte del mundo.

Es natural que estos sistemas de satélite de comunicación son para usos civiles, ya que ambas naciones tienen sus propios satélites para la comunicación militarizada.

Estos avances han permitido la creación de nuevos medios utilizados en la comunicación; por lo que puede sostenerse que las innovaciones y alcances de la comunicación se deben a la tecnificación de los medios empleados para la transmisión del mensaje y a la perfección en el lenguaje y en los sistemas de señales, así como en los códigos aprobados en las diversas convenciones regionales o mundiales realizadas al través de los años.

Mediante la comunicación, los seres humanos logran mantener los de terminados sistemas de dominación de unas clases sobre otras; así como lograr el desarrollo tecnológico, industrial, político y socio-económico de los integrantes de las comunidades de los cinco continentes.

A este respecto, Camilo Taufic¹ sostiene que:

"La comunicación de masas es, a todas luces, un sistema cuyos manipuladores prefieren la 'cantidad' por sobre la 'calidad', porque cuanto sea mayor el número de los receptores, mayor será la influencia social de los emisores; cuanto más grande sea 'su público', más crecerá su propio poderío. Incluso en el socialismo, con otros objetivos dada la propiedad colectiva sobre los medios y su orientación, también se pretende alcanzar al mayor número posible de auditores para su control ideológico y político".

Por lo que lo citado demuestra cómo la comunicación puede ser utilizada para mantener la dominación de una clase o sector de clase sobre los otros. Además, de ser un instrumento de transmisión de cultura, educación y orientación de las colectividades.

También se ve como la comunicación de masas es usada en diferentes clases de sociedades con el fin de acaparar mayor cantidad de oyentes, con el propósito de ejercer una mayor dominación ideológico-política a una gran cantidad de auditorio.

1. TAUFIC, Ob cit, pp. 45

CAPITULO II

RADIODIFUSION Y COMUNICACION COLECTIVA

Hace medio siglo se carecía de facilidades para difundir informaciones y acontecimientos suscitados en diversas partes de los cinco continentes; además, el desarrollo de los Medios de Comunicación Colectiva era muy mínimo en lo que respecta a la Radio y la Televisión, considerados los medios electrónicos del Periodismo.

Por ello, el periodista Horacio Chaves Paz¹ señala que:

"La radio es un fenómeno que nace con este siglo y, por las características de su desarrollo inicial, resulta un espléndido ejemplo de la dinámica de nuestro tiempo. En 1910, desde la Opera Metropolitana de Nueva York, el Dr. Lee De Forest y Reginald A. Fessender transmitieron la voz cantante del tenor Enrico Caruso para demostrar el fenómeno radial como difusor de la voz humana. Se ponía en marcha un proceso de perfeccionamiento que aún hoy no somos capaces de evaluar en su totalidad".

El segundo jalón en el nacimiento de la radio como medio de comunicación masiva es la transmisión hecha por el propio Dr. Forest en 1916. En esa oportunidad se informó sobre la marcha de las elecciones en que fue reelegido Woodrow Wilson. Las transmisiones se hicieron desde la estación experimental que De Forest tenía en Highbridge, Nueva York, empleando boletines del diario Ney York American".

Como puede leerse, los precursores de la Radiodifusión Mundial fueron el doctor Lee De Forest y Reginal A. Fesseder, quienes iniciaron las primeras pruebas de transmisión hace más de 60 años; sin embargo,

1. CHAVES Paz, Ob cit, pp. 33

David Dary¹ señala que la industria de la radiodifusión "nace durante los primeros años de la década de 1920, y ya en 1922 habían 600 estaciones de radio en servicio. Dos años más tarde, estaban funcionando 1,400, pero la mayoría trabajaban como auxiliares de promoción de las negociaciones comerciales".

El ascenso de la radiodifusión empezó a decaer debido a la falta de profesionalización y la irregularidad en las horas de transmisión. Esto provocó que el año de 1924 iniciara su disminución en el ascenso popular, al grado que el año de 1926, el número de estaciones de radio descendió de 1,400 a tan sólo 620 estaciones.

El radioescucha esperaba programas con mayor calidad y contenido, cuya función fuera entretener, informar y crear opiniones con relación a los acontecimientos continentales. La falla principal de la radiodifusión es que durante sus inicios, las estaciones de radio no contaban con las instalaciones adecuadas, el personal necesario y el medio económico no era satisfactorio.

Por eso, la prosperidad y el crecimiento de la radiodifusión fue a partir del año de 1927, cuando surgen las tres cadenas radiales de mayor importancia mundial de esa época: Columbia Broadcasting System, Association Broadcasting Corporation, National Broadcasting Company con dos cadenas o redes; las que incluyeron programas de valor social "para ilustrar a los radioescuchas sobre asuntos de interés público", según señala David Dary².

1. DARY, David Manual de Noticias Radiofónicas, 1a. edición, Editorial Diana, México D.F. (México), 1965, pp. 19-23

2. DARY, Ib idem, pp 19-23

A partir de este año, las estaciones de radiodifusión fueron aumentando en forma continua y progresiva, no sólo en los Estados Unidos sino que en otros países de América, Europa y Asia. Cuestión similar ocurrió con el aumento de aparatos receptores.

Así Horacio Chaves¹ dice que "Fuertes cadenas de transmisión y 8,000.000 de aparatos en los Estados Unidos (año de 1928); además hay una inversión en anuncios radiales de 4,000.000 de dólares". Esto corrobora lo expuesto en los párrafos anteriores de este apartado.

Es claro que para lograr superar la demanda obtenida por los periódicos, la radiodifusión tuvo que desarrollar aspectos que no estaban contemplados en dicho medio de comunicación colectiva; La noción de urgencia, que hace casi simultánea la transmisión de los hechos con su acontecer, y el valor emotivo que la voz humana imprime a la difusión. Estos dos aspectos fueron vitales en el desarrollo de la radiodifusión en el mundo.

Debe recordarse también lo señalado por el periodista Fraser Bond² quien dice que "aunque el auditorio se mide por centenares, millares y hasta millones de personas, el mensaje de la radio va dirigido al individuo, en su propia casa. Desde el punto de vista psicológico, ese es el lenguaje hablado más eficaz".

El mismo autor dice que "la radio es un instrumento social único en su clase, porque quien habla por la radio es ciego y sordo para su

1. CHAVES Paz, Ob cit, pp. 36

2. BOND, Fraser, Introducción al Periodismo, 2a. Edición, Editorial Limusa-Wiley S.A., México D.F. (México), 1969, pp. 48

auditorio, en tanto que el radioescucha es ciego y mudo para el locutor, no obstante lo cual la fuerza recíproca de la voz humana es tan grande que evoca imágenes que compensan con creces la falta de vista".

El mismo autor agrega que "El que escucha un programa, al extinguirse el sonido en una fracción de segundo, siente que la radio es contemporánea. Se ocupa del 'momento presente'. Después que se transmite no puede haber corrección alguna, después que se envía la señal, la misma desaparece para siempre. Por esa característica la radio es tan interesante y siempre parece nueva y oportuna".

Como puede observarse lo anterior se refiere al nacimiento y desarrollo de la radiodifusión en los Estados Unidos y resto de países europeos. Y esto sirvió para hacer de la radio una fuerza vital en la comunicación colectiva, al grado que se considera de trascendental importancia en las actividades políticas, sociales, económicas, religiosas, educativas y culturales del ser humano.

En cambio, en América Latina se han dado dificultades debido a que la radio no ha servido en mayor grado como vehículo de desarrollo; además, no se ha concebido en el fondo, como real agente del proceso de cambio económico-social, científico y tecnológico en el continente, tal como lo plantea Peter Schenkel¹, quien añade que a pesar de su aporte, no tiene efecto cualitativo y cuantitativo requerido para promover el desarrollo integral que la realidad del país exige. Todo debido a que la

1. SCHENKEL, Peter, "La Radio y la Televisión en Latinoamérica", Revista ABRA, Año 3, v.2, No. 20, marzo-abril de 1977, Impresa en los Talleres Gráficos de la UCA, pp. 30

radio es eminentemente comercial y muy poco ha sido preocupación de lograr que este medio de comunicación colectiva contribuya a un real desarrollo de los países Latinoamericanos.

Peter Schenkel¹ dice que "la radio ha funcionado y sigue funcionando, en su gran mayoría, en apoyo del mantenimiento del status quo, y no asigna demasiada importancia al valor educativo y cultural de sus programas".

Agrega que en este sentido desempeña un rol que puede ser interpretado como insensible a los fundamentales problemas del subdesarrollo, y contrarios a los postulados y requerimientos de cambio en cada país.

Lo anterior ha planteado la necesidad de desarrollar con mayor amplitud los siguientes aspectos: Qué es la radiodifusión, sus conceptos y definiciones, sus funciones, importancia, innovaciones y alcances de la radiodifusión.

A. QUE ES LA RADIODIFUSION. Para tener una visión clara del significado de esta expresión se hace necesario tomar en cuenta lo expresado con anterioridad; ya que la radiodifusión involucra la propagación de informaciones, acontecimientos, hechos y otros, a través de la radio como un medio de comunicación colectiva.

Dar una significación precisa sobre el término radiodifusión, no resulta tan fácil, ya que ésta comprende una gama de aspectos relacionados con el quehacer diario de una radio. Por ello, este apartado se dividió en los siguientes aspectos: Conceptos y Definiciones, Funciones de la Radiodifusión, Importancia, Innovaciones y Alcances de ésta.

1. SCHENKEL, Ib idem, pp. 30

1. Conceptos y Definiciones. La radiodifusión consiste en la difusión a través de la radio, de una variedad de programas con diferente contenido, diversas formas y maneras de presentarlos para lograr que el auditorio sea entretenido, informado y formado opinión, o sea orientar al auditorio ante la situación real de cada país para que el radioescucha se compenetre de su responsabilidad ante el desarrollo y necesidades de la colectividad.

En este sentido, Mario Kaplun¹ señala que:

"Ante la urgente necesidad de incrementar y acelerar el proceso de desarrollo integral de la región, es natural que los gobiernos preocupados por la mejora de la situación de sus pueblos, las instituciones profesionales deseosas de impulsar el desarrollo nacional y los responsables de los medios públicos y privados de radiodifusión, se pregunten sobre el papel que los sistemas de comunicación colectiva de sus países están jugando en este tan necesario proceso; si están contribuyendo o no en la medida en que pueden y deben hacerlo, al desarrollo nacional; si están integrados a sus metas, si constituyen un factor positivo de desarrollo integral".

Es decir, que es necesario que la radio, como medio de comunicación colectiva, contribuya de una manera más consciente y vigorosa a los esfuerzos de reorientación dinamización del proceso de cambio que el continente requiere.

Por lo que al definir y conceptualizar el término radiodifusión, no basta expresar que consiste en "la difusión de mensajes para un auditorio anónimo, heterogéneo y grande"; sino que debe tomarse en cuenta

1. KAPLUN, Mario, "La Radiodifusión latinoamericana frente al desafío del desarrollo". Revista Abra, Año 2, v.1, No. 12, mayo de 1976, Impresa en los Talleres Gráficos de la UCA, pp. 3

Los diversos aspectos sociales en que se haya inmersa la radiodifusión. Sólo así se podrá dar una significación más precisa de ese término.

Es claro que para ello debe tenerse una visión más amplia de la realidad político-social de los medios de comunicación colectiva; ya que de lo contrario se caerá en definiciones y conceptualizaciones tecnicistas y alejadas de la responsabilidad social que tiene la radio como orientador de colectividades.

A este respecto, Peter Schenkel¹ dice que los mensajes transmitidos o difundidos a través de la radio, reflejan opciones frente a los sistemas políticos y económicos vigentes en cada país y a las relaciones de poder, así como a los principios y valores que rigen en cada sociedad.

No debe olvidarse que muchos de los contenidos del mensaje radiofónico involucran la filosofía, línea de acción de los gobiernos, mitos e intereses básicos de los sectores y clases sociales, y de diversas formas, la esencia de las sociedades en que está inmersa la radio, tanto en lo político como en lo socio-económico y cultural.

Por lo que querer referirse a la radiodifusión, aislándola de su verdadera significación como medio de comunicación colectiva, y como elemento de vital importancia en lo económico, político y social de una sociedad, colectividad o nación; sería olvidarse de la verdadera significación del término radiodifusión.

En conclusión, puede decirse que la radiodifusión es el medio de comunicación colectiva que mayor orientación y formación puede proyectar o difundir entre las sociedades; ya que en lo que respecta a América Latina,

1. SCHENKEL, Ob cit, pp. 14

y fundamentalmente a El Salvador, la radio a pesar de ser una industria subdesarrollada, llega al mayor número de hombres o individuos sociales, independientemente de que estos carezcan de una bonancible situación económica o que sean analfabetos (En El Salvador es más del 59% de analfabetos).

Además, que la radiodifusión debe ser considerada como un medio de comunicación colectiva que difunde los contenidos de una sociedad capitalista dependiente, en lo que respecta a las naciones latinoamericanas.

2. Funciones de la Radiodifusión. No puede hablarse de una función abstracta de la radiodifusión, desligada de la esencia de las realidades y condiciones socio-políticas y económicas concretas, donde esta función tiene lugar. Por el contrario, las funciones de la radio como medio de comunicación colectiva son las de entretener, informar y formar opinión; pero de acuerdo con los intereses del sector o clase predominante dentro del status social del país.

Es decir que no debe olvidarse que esas funciones dependen del desarrollo político, social y económico de las diferentes naciones; así como el hecho que a través de la radio se difunden contenidos que tienen relación directa con los mitos e intereses sociales de los sectores y clases sociales; además de involucrar a la esencia misma de esas sociedades en lo político, cultural, social y económico.

Por lo que puede decirse que la entretención y la formación de opiniones, así como la difusión de informaciones; son funciones que se desarrollan dependientes de las condiciones socio-económico-políticas de cada nación.

A este respecto, en el trabajo de investigación sobre la Estructura

de Poder en los Medios de Comunicación Colectiva en El Salvador¹ se señala que "Los Medios de Comunicación Colectiva en El Salvador están controlados por el poder económico, en vista de que sus propietarios son, casi todos, de la clase alta, (sic) la cual no permite que la masa del pueblo (sic) se entere de la realidad de las cosas y le transmite solo informaciones destinadas a producir una mentalidad adecuada para mantener la situación imperante".

Como puede observarse en lo citado anteriormente, se establece el condicionamiento de las funciones principales de la radio como medio de comunicación colectiva: Entretener, Informar y Opinar.

3. Importancia de la Radiodifusión. Es natural que la importancia de la radiodifusión estriba en la influencia que ésta puede ejercer sobre los integrantes del auditorio a quienes va dirigida. Esa influencia se logra a través de la persuasión y el convencimiento logrado mediante el contenido de los mensajes.

Así, la radiodifusión será más importante en la medida en que el auditorio responda a los objetivos y finalidades de cada uno de los mensajes difundidos a través de la radio.

Por lo que puede decirse que la importancia de la radiodifusión se incrementa a medida que el contenido del mensaje logra persuadir y convencer al auditorio, provoca reacciones favorables o desfavorables a un sector o clase determinadas.

1. La Investigación sobre La Estructura de Poder en los Medios de Comunicación colectiva de El Salvador fue realizada por estudiantes de la asignatura Comunicación, Diciembre de 1977.

Desde el punto de vista técnico-periodístico puede decirse que la importancia de la radio es que permite conocer los acontecimientos suscitados en diversas partes del mundo, casi simultáneamente; lo que ha permitido dar a conocer los sucesos, hechos o acontecimientos, muchas veces, al mismo instante en que se desarrollan; tal es el caso de informar sobre un incendio, sobre un partido de fútbol u otro deporte, sobre el desarrollo de un acto político-cultural y social.

Otro de los aspectos que le da importancia a la radio es que "las personas que no pueden leer ni escribir; pero si pueden escuchar y comprender la comunicación por radio", independientemente del lugar donde se encuentren.

Para mayor clarificación de lo anterior, se cita lo expuesto por John F. Newman¹, quien señala que:

"Más y más personas de todas partes escuchan la radio y las noticias por radio: en las ciudades, en las montañas y en las selvas; los jóvenes y los viejos. Los latinoamericanos escuchan la radio en su casa o en su automóvil. Algunos no saben leer ni escribir, pero pueden escuchar y comprender la comunicación por radio. Dependen de la radio para obtener información, educación y entretenimiento".

4. Innovaciones y Alcances de la Radiodifusión. Entre las innovaciones y alcances logrados por la radiodifusión puede citarse en primer lugar, el haber alcanzado los primeros lugares en la atención del auditorio, por

1. NEWMAN, John F., Periodismo Radiofónico, (Traducción de Eduardo Infante), 1a. edición, Editorial Limusa Willey S.A., México D.F. (México), 1966, pp. 11

sobre todos los restantes medios de comunicación colectiva, Esto se debe en gran medida al advenimiento del transistor; ya que éste ha hecho que aumente considerablemente el número de radioreceptores. El pequeño receptor portátil de transistores permite a la gente llevar radio a donde quiera que vaya.

Esto a su vez le permite un mayor poder nivel de persuasión y convencimiento de los habitantes de un país; ya que llega al mayor número de ellos, lo que lo convierte en el medio de comunicación colectiva más importante y vital para el desarrollo integral de las naciones.

A este respecto, el periodista Horacio Chaves Paz¹ señala que "La popularización del transistor, las estaciones de frecuencia modulada y el desarrollo de las comunicaciones- especialmente con el uso de satélites artificiales- coronan la evolución tecnológica de la radio",

Es de tomar en cuenta que las innovaciones de la radio dependen en gran medida del desarrollo de la tecnología electrónica y la comunicación mundial, porque a medida que se perfecciona el radioteléfono, los sistemas de transmisión, los sistemas electrónicos y otros, mayor perfección e innovación alcanza la radiodifusión. Esto en lo que respecta al desarrollo técnico de la radio.

Debe tenerse claro, que las innovaciones pueden darse, además, en el contenido de los programas y en la calidad de los mismos; ya que estos aspectos son influyentes para mantener e incorporar radioescuchas. Por eso, la calidad y contenido de los mensajes difundidos por radio deben

1. CHAVES, Ob cit, pp. 37

constituirse en elementos de persuasión y convencimiento de las colectividades.

Las estaciones de radio que mayor audiencia mantienen, son las que poseen mejores programas, tanto culturales como sociales, cívicos y de entretención. Esto naturalmente constituye un reto para las diferentes estaciones de radio de los diferentes países, quienes buscan obtener el mayor grado real de audiencia.

En conclusión puede decirse que la radiodifusión es un medio de comunicación colectiva de trascendental importancia para lograr el desarrollo integral de las naciones; además, que las funciones están íntimamente relacionadas con las condiciones políticas, sociales y económicas de cada país; por lo que los mensajes difundidos están en conexión con determinados sectores o clases sociales que ejercen el control económico y político de los países. Y que las innovaciones de la radiodifusión dependen de los avances tecnológicos científicos y culturales de las colectividades.

CAPITULO III

LA RADIODIFUSION EN EL SALVADOR

El presente capítulo esta referido a la Radiodifusión en El Salvador, considerada ésta como un Medio de Comunicación Colectiva, y en la que, naturalmente, se han tomado en cuenta las funciones principales dentro de las Ciencias de la Comunicación Colectiva; Informar, Entretener y Generar Opinión; todo en función de la Orientación de la sociedad salvadoreña.

La Radiodifusión ha tenido un desarrollo ágil en sus inicios, pero con la tecnificación y modernización de otros medios de comunicación colectiva, ha tendido a disminuir ese ímpetu inicial. Para tener una visión más clara de lo anotado, se plantea la siguiente subdivisión: Antecedentes, Desarrollo de la Radiodifusión y la Relación de ésta con los restantes Medios de Comunicación Colectiva.

A. ANTECEDENTES. Tal como se ha señalado en el capítulo anterior, la Radiodifusión Mundial se inició por 1910, mediante una transmisión directa desde la Opera Metropolitana de Nueva York.

Posteriormente, surgen centenares de estaciones de radio, al grado que para 1922 existían 600 estaciones de radio en servicio; y ya en 1924 funcionaban 1,400. Esto demuestra el crecimiento rápido y la aceptación que existió con respecto a la Radiodifusión Mundial; sin embargo los pioneros y precursores de este Medio de Comunicación Colectiva eran empíricos y por consiguiente hacía falta la profesionalización del Radiodifusor-Operador.

Este problema provocó un descenso en el rápido desarrollo de la Radiodifusión, en sus primeros cuatro años, al grado que en el año de 1926 hubo un descenso en el número de estaciones radiales; se redujo a 620.

A la falta de profesionalización, se añadió la poca calidad y el contenido de los primeros programas radiales; los cuales carecían de una técnica y de atractivo para el interés del radioescucha¹; ya que la atracción se reducía, principalmente, al novedoso Medio de Comunicación Colectiva.

Sin embargo, siete años después, la Radiodifusión alcanzó su verdadera prosperidad y crecimiento; debido a que surgieron las primeras cadenas radiales mundiales.

En lo que respecta a El Salvador, curioso es observar como nació la primera estación de radio: Durante los años de la Revolución en México, el jefe de ésta Venustiano Carranza, tuvo momentos difíciles por falta de armas y pertrechos de guerra; los cuales fueron facilitados por el entonces Presidente de El Salvador, Carlos Meléndez.

A este respecto, el empresario Felipe Ochoa Valenzuela², gerente de YSC (Radio Internacional), señala que:

"El Jefe de la Revolución Mejicana, Venustiano Carranza, para corresponder a la gentileza del Presidente de El Salvador; Carlos Meléndez, obsequió al país la primera estación de radio en Centro América; la que fue instalada en el lugar que ahora ocupa el Casino de ANTEL (Antiguo local del Museo Nacional). Aquella estación fue

-
1. RADIOESCUCHA, nombre que se da a los oyentes de radio.
 2. OCHOA Valenzuela, Felipe, Gerente de Radio Internacional, Entrevista Realizada en San Salvador, 12 de Febrero de 1979.

bautizada con el nombre de Venustiano Carranza y empezó a realizar sus ensayos de radio-telefonía, bajo la dirección de Gerardo Castillo, uno de los primeros técnicos en la materia y que laboró en la Central del Telégrafo".

Por su parte, el Director de Radio Nacional, Enmanuel Jaén¹ señala que la primera estación de radio en El Salvador, empezó a operar "el primero de Marzo de 1926, y constituyó la Radio Nacional de esa época".

A este respecto, el periodista Joaquín Castro Canizales² señala que:

"En la administración de Alfonso Quiñonez Molina, fue que inició sus difusiones la primera emisora de El Salvador (1926). El técnico Gerardo Castillo fue de los precursores y de los que colaboraron en la instalación. Este personaje, por medio de un pequeño aparato, escuchó un concierto que se transmitía en una estación de Nueva York; sin embargo, no se supo si el aparato era importado o elaborado en El Salvador. Dicho instrumento poseía una bocina y dos audífonos".

Por lo antes expuesto, se puede concluir que el técnico Gerardo Castillo fue uno de los precursores de la Radiofonía en el país; así como uno de los pioneros a nivel centroamericano; ya que contribuyó a la instalación de la primera radio en la región: La Radio Nacional de El Salvador, cuyas siglas fueron A. Q. M. (iniciales del Presidente de la República: Alfonso Quiñonez Molina).

El periodista Joaquín Castro Canizales³ añadió que:

"A principios de 1926, el Gobierno del Doctor Alfonso Quiñonez Molina, a iniciativa del Director General de

-
1. JAEN, Enmanuel, Director de Radio Nacional, Entrevista Realizada en San Salvador, 7 de Febrero de 1979.
 2. CASTRO Canizales, Joaquín, Subdirector de Telediario Salvadoreño, Entrevista Realizada en San Salvador, el 15 de Febrero de 1979.
 3. CASTRO Canizales, Ob cit.

Telégrafos, Ricardo Posada, pidió el equipo de la primera Estación Radioemisora. Fue la primera en Centro América, y se instaló en el local del Teatro Nacional (En el último piso) y las antenas se colocaron en la terraza del referido edificio. La estación salió al aire con las iniciales A. Q. M. (Alfonso Quiñonez Molina)".

El productor de Radio, Francismo Medina Funes¹ señaló que la primera emisora tenía las siglas A.Q.M. por las iniciales del Presidente de la República de esa época y además porque El Salvador no había suscrito los convenios internacionales que determinan el uso de las siglas; así por ejemplo: México usa XE; Guatemala, TG; El Salvador, YS; Honduras, HR; y otras; las que fueron designadas como producto del citado convenio internacional.

B. DESARROLLO DE LA RADIODIFUSION. Este puede enmarcarse en dos períodos: 1920 a 1945, y de 1946 a 1978.

1. Primer Período (1920-1945). En la década de 1920, la radio surgió como Medio de Comunicación Colectiva, y en El Salvador, inició las transmisiones la A.Q.M. en Marzo de 1926. Por este tiempo, empezaron las presentaciones de la Orquesta Sinfónica de los Supremos Poderes. Esto permitió transmitir directamente de los lugares (Parque Dueñas, Bolívar, Barrios y otros), donde se presentaba dicha orquesta.

La Radio Nacional A.Q.M., cambió las siglas durante la época del Dr. Pío Romero Bosque, Presidente de la República. Las nuevas siglas fueron R. E. S. (República de El Salvador). Estas fueron cambiadas en el

1. MEDINA Funes, Francisco, Productor de Radio, Entrevista Realizada en San Salvador, el 26 de Febrero de 1979.

año de 1933, debido a los convenios internacionales que determinan el uso de siglas en las estaciones de radio; así en dicho año, se le nominó Y. S. S. a Radio Nacional.

Posteriormente, surgieron otras emisoras, tales como la Y. S. I. de Ricardo Ramos. Esta radio fue la primera estación comercial del país; luego salieron al aire, la Y. S. P. de Fernando Alvayero Sosa; la Y. S. R., de Alberto Cevallos; la Y. S. O., de Edmundo Nussen; así como la Y. S. U. de Raúl Trabanino.

Con esta evolución y crecimiento de las estaciones de radio, se llega a la época de oro de la Radiodifusión en El Salvador (1930-40).

Sin embargo, a pesar de haber mejorado en cuanto a la audiencia, el contenido de los programas continuaba siendo deficiente y de poco atractivo para los radioescucha. Se planteaban los mismos problemas de los primeros años: La falta de profesionalización y el poco nivel técnico del personal que laboraba en las diferentes estaciones de radio del país.

El período comprendido de 1920-1945, puede decirse que "constituyó el surgimiento, progreso y desarrollo de la Radiodifusión en El Salvador". A este respecto, el periodista Joaquín Castro Canizales señala que la década 1930-40 tuvo un gran auge en lo comercial e industrial, la Radiodifusión en El Salvador. Prueba de ello, es que se implementaron los anuncios comerciales, se varió la programación, ya que se incluyeron programas noticiosos, cómicos, música, novelas, programas deportivos, comentarios y otros; naturalmente que dicha variedad no se dio con uniformidad en la totalidad de estaciones de radio existentes en esa década.

En cuanto a la difusión de la programación en las estaciones de radio,

ésta en sus inicios no llegaba a todos los sectores porque en el país se carecía de aparatos de radio, lo que obstaculizaba el proceso de desarrollo de la Radiodifusión en El Salvador.

Por lo general, las transmisiones fueron regionales; excepto las Cadenas Radiales, las cuales tenían repetidoras en los principales departamentos de El Salvador.

En conclusión, puede señalarse que el período comprendido de 1920 a 1945, hubo un mínimo desarrollo profesional de la Radiodifusión en el país, así como una amplia audiencia; a pesar de que los aparatos de radio eran elevados de precio, y los programas tenían poco contenido.

Por otra parte, los contenidos de los programas y los objetivos específicos de los radiodifusores estaban encaminados a la simple entretención. Esto, parcializaba las funciones principales de los Medios de Comunicación Colectiva (La Radio), tal como lo señala el Periodismo Moderno.

No existía una variedad en las programaciones y por consiguiente, estos carecían de un contenido que cumpliera las funciones elementales dentro de las Ciencias de la Comunicación Colectiva en El Salvador.

Lo que si se logró ampliamente fue a nivel nacional, aun cuando no existían las Cadenas de Radio; más que todo, por la extensión territorial del país (21,000 Kilómetros cuadrados).

Es importante aclarar que durante esa etapa, la Radiodifusión Salvadoreña fue adquiriendo mayor audiencia y más aceptación entre la sociedad del país, al grado que se convirtió en uno de los principales Medios de Comunicación Colectiva, tanto por su cobertura como por la novedad en las transmisiones.

Todo ello, a pesar de que la programación no era muy buena, tal

como lo señala Enmanuel Jaén¹:

"Debido a que en esa época comenzaba la Radiodifusión había pocas grabaciones y lo único que llegaba era música clásica; popular, muy poca, de tal manera que los programas de la Radio fueron más que todo en 'vivo' con artistas nacionales. La mayor parte de ellos, era de conciertos interpretados por la Orquesta de Los Supremos Poderes, así como otros elencos artísticos del país. Además de transmitirse varios noticieros".

Como puede leerse, algo positivo fue el desarrollo y protección al artista nacional; así como el inicio de los noticieros radiales impulsados por el periodista Joaquín Castro Canizales con su "Radio Comentarios", y posteriormente, surgió el programa "Forjando el Acero", noticiero de Rosa Amelia Guzmán. Ambos reflejaban el interés político-económico-social del momento.

Este fue a fines del período (1920-45), en que se dividió el presente estudio.

2. Segundo Período (De 1946 a 1978). Para esta etapa de la Radiodifusión de El Salvador, ya se planteaba la necesidad de una mayor cobertura, mejoramiento del contenido de los programas, variedad de éstos; en síntesis, lograr un real desarrollo de la Radiodifusión. Esto más que todo, porque se dio el surgimiento de la Televisión en el país.

Sin embargo, a pesar de la aceptación que encontró este nuevo Medio de Comunicación Colectiva (TV), no logró superar ni igualar el "rating" de la radio.

Para ello influyeron diversos factores; uno de ellos fue la preocupación de los radiodifusores por mejorar la calidad y variedad de los

1. JAEN, Ob cit.

programas; otro, fue la escasez de los aparatos de televisión, y el surgimiento del aparato transistorizado (radios de batería).

En este segundo período, se obtuvo la información mediante la aplicación de la técnica de la Encuesta.

Para ello, se empleó un cuestionario (Ver Anexo 1: Cuestionario) con preguntas cerradas y abiertas, en las que se planteó la necesidad de conocer el desarrollo de las estaciones radiales del país; tanto en lo profesional como en lo técnico.

Esta encuesta se implantó durante 120 días¹, en las ciudades de San Salvador, Santa Ana, Ahuachapán, San Miguel, Usulután, San Vicente y Zacatecoluca; área geográfica establecida para la aplicación de la referida técnica de campo.

Como Universo o Población, se consideró a 67 estaciones que hay en el país², de las que se aplicó el "muestreo por cuota"; lo que permitió seleccionar una muestra de 27 emisoras (Ver Anexo No. 2: Muestra Seleccionada); debido a que dentro del Universo o Población hay estaciones de Radio, repetidoras.

En el cuestionario, se plantearon las interrogantes del número uno al ocho, referidos a la programación, cobertura, audiencia y desarrollo alcanzado. Esto permitirá conocer el Desarrollo de la Radiodifusión en El Salvador de 1946 a 1978.

1. La Encuesta se desarrolló del 20 de Octubre de 1978 al 20 de Febrero de 1979, en todo El Salvador.

2. Datos proporcionados por la Asociación Salvadoreña de Radiodifusión (ASDER), Febrero de 1978.

a. Programación. Con respecto a este rubro de la radiodifusión, el 100% de los encuestados señaló que difunden programas musicales; el 62.96%, deportivos; el 59%, culturales; el 66.67% tiene programas de noticias; el 18.52%, infantiles; en resumen, hay variedad en la programación: novelas, servicio social, culturales, y educativos, deportivos, noticieros, concursos radiales, religiosos, cómicos, etc. (Ver Anexo No. 3: Resultados de la Encuesta).

Los mismos encuestados sostuvieron en un 51.85%, que el contenido de estos programas es excelente. A este respecto dijeron que¹:

"Los programas tienen un contenido excelente porque toda la programación tiene contenido y conlleva la orientación de los diferentes estratos sociales; la programación es modificada según las exigencias del auditorio, y de acuerdo con las funciones del Periodismo Moderno".

El 40.74% de los cuestionados dijo que el contenido de los programas era bueno porque se cubría a "todos los sectores sociales y se proyectaban los valores nacionales".

Sin embargo, el 7.41%, sostuvo que no hay uniformidad en la programación musical ni había estabilidad en los otros programas; por lo que consideraban "regular" el contenido de los diferentes programas radiales.

En cuanto al mantenimiento de la programación, el 59.26% respondió que se ha cambiado la programación con la finalidad de mantener y aumentar la audiencia; ya que consideraron necesario "evolucionar, según la época, y de acuerdo con el progreso y desarrollo cultural del país".

1. ENCUESTA, Realizada en El Salvador, del 20 de Octubre de 1978 al 20 de Febrero de 1979.

En cambio, el 40.74% de los encuestados señaló que han mantenido la programación porque ésta tiene aceptación entre el auditorio; además, porque es variada y abarca a todos los estratos sociales de El Salvador.

b. Difusión y Audiencia. En lo que respecta a la cobertura y audiencia, el 33.33% señaló que cubrían todo el país; el 40.74% sostuvo que zonas en que políticamente está dividido el país; y el 22.22% dijo que regiones (parte de Oriente u Occidente).

En cuanto al número de radioescuchas diarios, los cuestionados respondieron que el 33.33% tenían más de 80 mil oyentes diarios; 31.7% dijo que la audiencia oscilaba entre 60 y 80 mil; el 22.22% de los encuestados sostuvo que la audiencia variaba de 40 a 60 mil oyentes diarios; y el resto señaló que menos de 40 mil.

Para aseverar lo expuesto, dijeron que "Los datos estaban basados en estudios de investigación de audiencia y en las llamadas telefónicas y correspondencia llegada a la emisora". (Ver Anexo No. 3).

Por lo expuesto, puede decirse que el período 1946-1978 ha sido de un desarrollo paulatino de la Radiodifusión Salvadoreña; al grado que la cobertura y la audiencia ha ido incrementándose con el transcurso de los años (Ver Anexo No. 4: Audiencia De La Radio).

Además, se ha multiplicado el número de emisoras y se ha establecido más de cinco Cadenas Radiales (YSU, YSKT, YSR, YSKL, Radio Sonora, etc.), las cuales cubre las diferentes regiones y poblaciones de El Salvador.

Este desarrollo se ha dado un tanto integral, en lo que respecta a la programación, difusión y audiencia; sin embargo, se ha dado

a la par de éste, un alejamiento y falta de apoyo al artista salvadoreño. Además, la mayor parte de los programas son grabaciones adquiridas extrafronteras.

A este respecto Enmanuel Jaén¹, sostiene que:

"No se puede hablar de progreso y desarrollo en la Radiodifusión Salvadoreña, porque somos imitadores. La verdad es que la forma de trabajo de las radiodifusoras en el país ha sido a base de modelos extranjeros: En primer lugar México que tiene gran influencia en la Radiodifusión Salvadoreña; además, aún se tiene parte de la imitación de como trabajaban los radiodifusores cubanos".

A ello, el productor de Radio, Francisco Medina Funes², agrega que en la Radiodifusión Salvadoreña "ha habido indiferencia por los valores tradicionales y se ha desarrollado el malinchismo³".

Sin embargo, a pesar de esa situación, se puede decir que ha habido progreso y desarrollo en este Medio de Comunicación Colectiva; ya que ahora llega a todos los pobladores del país y los ha alertado mediante la información. Además, el hecho de que es portadora de sistemas educacionales y culturales.

Otra cuestión es la tecnificación y modernización de los equipos y la profesionalización-capacitación del personal que labora en la Radiodifusión del país.

c. Relación con otros Medios de Comunicación Colectiva. Este apartado está referido a la relación existente entre la Radio con respecto

1. JAEN, Ob cit.

2. MEDINA, Ob cit.

3. MALINCHISMO, Darle más aprecio a los valores extranjeros y menospreciar los propios valores culturales y artísticos.

a la Prensa Escrita, Televisión y Cine; todo relacionado con las ventajas y desventajas existentes entre ellos.

En cuanto a estos aspectos, el comunicólogo Eduardo Stein¹ señala que:

"Lo que determina la diferencia es el proceso de transmisión de imágenes, la elaboración que sufren éstas, las condiciones de recepción de los mensajes y el tipo de sentidos activados por los mensajes. En este sentido, (sic) puede decirse que el más completo y ventajoso en cuanto a las influencias y competencias internas en el espectador, es el cine; porque el espectador (sic) está atado a una silla en una sala oscura, no le queda más remedio que ver la pantalla. La Televisión que tiene condiciones parecidas no es igual porque la pantalla es ínfima, el sonido es deficiente debido a los malos receptores de audio, de los aparatos. Además, en la televisión hay una serie de estímulos externos que pueden competir con la misma: varios canales, hacer otras cosas, no estar atado a los asientos, intimidad del hogar, etc".

En lo que respecta a la Radio, el referido entrevistado sostiene que hay ciertas condiciones específicas, tales como el de tener solo un canal (acústica). A ello habrá que añadir como ventaja el de la mayor intimidad que brinda la Radio a los receptores de información (caso de los circuitos integrados del transistor), la portabilidad del aparato, el selector de canales y la configuración del mensaje, el cual es diferente; ya que se requiere de brevedad, versatilidad y agilidad.

Estos aspectos son ventajas con respecto a los otros Medios de Comunicación Colectiva; sin embargo, con respecto a la Prensa Escrita, se

1. STEIN, Eduardo, Doctor, Secretario de Comunicaciones de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, Entrevista realizada en San Salvador, 23 de Marzo de 1979.

tiene la desventaja de la perdurabilidad del mensaje, ya que puede ser releído cuantas veces sea necesario. A su vez, la Prensa escrita tiene la desventaja que más del 59% de la población salvadoreña no sabe leer ni escribir.

Con relación a las ventajas y desventajas de la Radio con respecto a los otros Medios de Comunicación Colectiva, el productor y director de Radio, Rolando Orellana¹ sostiene que:

"La Radio tiene como ventajas la portabilidad, simultaneidad y la preparación del mensaje; ya que éste puede elaborarse con efectos que desarrollen la imaginación del oyente.

En cambio como desventaja ante la Prensa escrita están la revisibilidad y conservación del mensaje, cuestión que no puede hacerse en la Radio. Otra desventaja se da ante los medios Televisión y Cine, ya que éstos tienen imagen, movilidad y sonido".

También puede considerarse el hecho de que la Radio puede "generar una mayor tonalidad emocional del auditorio y por consiguiente, mayor impacto que los otros Medios de Comunicación Colectiva".

Por lo expuesto, puede señalarse que la Radiodifusión en El Salvador tiene amplio campo para continuar su desarrollo; ya que como se ha señalado, tiene las ventajas de la Portabilidad, Simultaneidad y Miniaturización (Transistores), la que la hace accesible a los diferentes sectores sociales de El Salvador.

A ello se agrega que los "Efectos" contribuyen a una mejor preparación del mensaje, y por consiguiente, lograr mayor penetración entre el auditorio.

1. ORELLANA, Rolando, Gerente de Operaciones de Radio Mil Ochenta y Radio Cadena Central, entrevista realizada en San Salvador, 7 de Febrero de 1979.

En cambio tiene las desventajas de la revisabilidad de la Prensa escrita; lo que en el caso de El Salvador no constituye propiamente una "desventaja", ya que más del 59% de los salvadoreños no saben leer ni escribir, y esto es tan necesario para conocer el mensaje escrito.

Este hecho, vuelve a la Radiodifusión como uno de los Medios de Comunicación Colectiva más eficaces y de mayor perspectiva en América Latina.

Dentro de las Ciencias de la Comunicación Colectiva se toman en cuenta los "Elementos de CC"; los cuales señalan los aspectos comunes y los diferentes entre la radio con respecto a la Prensa escrita, la Televisión y el Cine.

Esos elementos son de énfasis, fidelidad y circulación. Cada uno de ellos constituye un aspecto que permite establecer las ventajas y desventajas de los Medios de Comunicación Colectiva en El Salvador.

Para una mayor explicación se añade el Cuadro No. 1, en el que se plantean dichos Elementos; los que como se dice antes, permiten determinar las ventajas de la Radiodifusión, así como las desventajas.

El referido cuadro está en la siguiente página.

LOS ELEMENTOS DE COMUNICACION COLECTIVA

LOS MEDIOS COLECTIVOS



<u>Elementos de Énfasis</u>	1.) Interpretación 2.) Entretener 3.) Noticias	1.) Noticias 2.) Interpretación 3.) Entretener	1.) Entretener 2.) Noticias 3.) Interpretación	1.) Entretener 2.) Interpretación 3.) Noticias	1.) Entretener 2.) Noticias 3.) Interpretación
<u>Elementos de Fidelidad</u>	Símbolos Verbales Símbolos Ilustra. Color	Símbolos Verbales Símbolos Ilustra. Color	S o n i d o	Símbolos Verbales Símbolos Ilustra. Sonido Color/Moción	Símbolos Verbales Símbolos Ilustra. Color Sonido/Moción
<u>Elementos de Circulación</u>	Portabilidad Revisabilidad	Portabilidad Revisabilidad	Portabilidad Simultaneidad Miniaturización		Simultaneidad

Comunicación

Colectiva : La transmisión, interpretación o entendimiento al auditorio colectivo con un alto grado de fidelidad y alto grado de simultaneidad.

Fidelidad

: La capacidad para mantener la veracidad y precisión del evento original o el mensaje durante el proceso de transmisión

Simultaneidad

: La capacidad para llegar a todos los miembros del auditorio instantáneamente con la transmisión del evento o del mensaje.

CAPITULO IV

PERSPECTIVAS DE LA RADIODIFUSION EN EL SALVADOR

El desarrollo de la Radiodifusión en El Salvador, tanto en lo técnico como en lo científico y profesional; así como en la variedad de programación, han hecho posible la penetración de ésta en todos los sectores y clases sociales del país, al grado de convertirla en uno de los Medios de Comunicación Colectiva de más importancia para mantener informada y orientada a la sociedad salvadoreña.

En ello han influido factores como la situación cultural y social del pueblo, donde más del 59% de los salvadoreños no saben leer ni escribir; la tecnificación del transistor, lo que permite llegar a "todos los rincones del país"; el mensaje que no requiere mayor esfuerzo para su interpretación, y accesibilidad de éste a las comunidades.

A ello habrá que agregar lo señalado por el periodista Horacio Chavez Paz¹, quien sostiene que "La radio ha sabido explotar sus dos grandes ventajas sobre los medios impresos: La noción de urgencia, que hace casi simultánea la transmisión de los hechos con su acontecer, y el valor emotivo que la voz-humana imprime a la difusión de la noticia".

Todos estos aspectos han contribuido en mayor o menor grado al desarrollo de la Radiodifusión en El Salvador, e incluso han permitido establecer perspectivas como un Medio de Comunicación

1. CHAVES Paz, Ob cit, pp. 34

Colectiva, en el desarrollo socio-cultural del país, y en la profesionalización radiofónica.

A. COMO MEDIO DE COMUNICACION COLECTIVA. En este sentido, y con base en las tres funciones fundamentales de la Comunicación Colectiva, se puede señalar que la Radiodifusión salvadoreña tiene una perspectiva un tanto superior a los restantes medios; ya que es más accesible y de mayor penetración entre la población del país, sea ésta del área urbana o rural.

Es de recordar que en El Salvador, hay precarias condiciones económicas lo que permite más acercamiento al mensaje radiofónico y no al transmitido por un medio escrito o por la televisión o el cine. El pueblo no tiene acceso a esos medios; además, más del 65% de los habitantes del país pertenecen al área rural, y en muchos de esos lugares no hay salas de cine, no hay televisores ni tampoco llegan los periódicos y revistas; sin embargo, esa misma población tiene radio transistores, lo que permite mayor relación individuo-mensaje radiofónico.

Por otra parte, ésta es más barata para la difusión del mensaje publicitario, principal financiador de los programas radiales. Por lo que a este respecto el periodista Rosendo Majano¹, señala que: "La radio es el mejor Medio de Comunicación Colectiva y el más rápido y barato; puesto que llega a todos los sectores sociales sin que éste tenga que suspender sus actividades; además, cumple la función de entretener, informar y generar opinión, tal como se concibe en la Comunicación Colectiva Moderna". Añade que "ahora ya hay más interés de las empresas por la noticia, el

1. MAJANO h., Rosendo, Jefe de Agencia Centroamericana de Noticias (ACAN-EFE) de El Salvador, Entrevista realizada en San Salvador, el 13 de Julio de 1979.

comentario y el editorial; ya hay más interés por tener un Departamento de Prensa, una Sala de Redacción con su Teletipo".

Lo anterior fue corroborado por el publicista y productor de radio, Omar González¹ quien señala que "La radio es el Medio de Comunicación Colectiva de mayor penetración en el mundo, ya que no requiere que la gente esté estática, es escuchada en todos los rincones y los oyentes no necesitan saber leer ni escribir".

Naturalmente que para plantearse perspectivas como Medio de Comunicación Colectiva, ha sido necesario lograr un desarrollo e importancia que le permitiera acercarse al auditorio; y esto ha hecho la radio. Por ello los encuestados² sostienen que "La radio ha alcanzado un excelente desarrollo en la programación, cobertura y audiencia; debido a la variedad de los programas y la colaboración del personal y la adquisición de mejor equipo" (96.30% de los entrevistados).

Los mismos cuestionados³ señalan que "Las perspectivas son favorables porque se está planificando para mantener la audiencia, aumentar la cobertura y diversificar la programación; ya que se está consciente de la importancia y futuro de este Medio de Comunicación Colectiva".

Como puede observarse, hay claridad en el personal que labora en la Radiodifusión de El Salvador, en cuanto a que es un medio con un

-
1. GONZALEZ, Omar, Publicista y Productor de Radio, Entrevista realizada en San Salvador, el 19 de Julio de 1979.
 2. ENCUESTA, Realizada del 20 de Octubre de 1978 al 20 de Febrero de 1979, en El Salvador.
 3. ENCUESTA, ob cit.

futuro bonancible; ya que desarrollan actividades tendientes a mejorar integralmente todo lo referido a este Medio de Comunicación Colectiva.

Lo antes expuesto puede complementarse con lo señalado por el periodista Horacio Chaves Paz¹, quien sostiene que:

"Una sociedad familiarizada con el ocio y rica en fantasía será, seguramente, una gran consumidora de radio. Todo parece indicar que, en el sentido estricto de dar la última noticia, éste va a ser el medio más respetable en el futuro.

La radio, que pareció tener contados sus días cuando surgió la televisión, ve crecer sus posibilidades con la popularización del transistor, de la frecuencia modulada y de la necesidad del hombre común de mantenerse intensamente actualizado. Las emisoras de baja potencia podrán atender las peculiares necesidades de áreas relativamente pequeñas y, según estima, se multiplicarán las estaciones especializadas. La divulgación del satélite de comunicaciones contribuirá sustancialmente a la internacionalización de los programas de radio y, como consecuencia de ello, a la popularización del aprendizaje de los idiomas.

Será la radio el medio de que se valdrán los poderes administradores de las naciones para lograr la homogeneización del lenguaje hablado, que, seguramente, sufrirá grandes variantes en todos los países".

Por lo que puede decirse que la Radiodifusión en El Salvador tiene grandes perspectivas en el campo de la Comunicación Colectiva porque atrae al mayor número de radioescuchas y mantiene entretenida a más de dos millones de habitantes de esta pequeña nación centroamericana. En conclusión puede sostenerse que la Radiodifusión Salvadoreña cumple sus funciones de Entretener, Informar y Generar Opinión entre sus oyentes; pero que aún le falta desarrollo para convertirse en el principal Medio

1. CHAVES Paz, Ob cit, pp. 112

de penetración e influencia entre los habitantes del país; a pesar de tener la mayor audiencia y mayor aceptación y condiciones de accesibilidad del mensaje radiofónico. Está en la etapa de integración de dichas funciones de las Ciencias de la Comunicación Colectiva.

Por su parte, Mario Kaplun¹ plantea que "... la Radio es el medio más popular y más extendido de comunicación social en América Latina... No es de extrañar, entonces, que existe la generalizada impresión de que todo el mundo tiene y escucha radio". Lo que viene a demostrar la amplia perspectiva que tiene la Radiodifusión como Medio de Comunicación Colectiva en El Salvador, donde existe una población con más del 59% de analfabetos.

B. EN EL DESARROLLO SOCIO-CULTURAL DE EL SALVADOR. La Radio por operar en un canal acústico y porque tiene ventajas tecnológicas innegables (relación costo-beneficio), es el medio que ofrece las mayores coberturas al costo más bajo; se puede llegar a muchísima más gente con costos operativos mucho más bajos; cuestión que no se da con los otros medios.

Y por ser un medio acústico, el comunicólogo Eduardo Stein² dice que:

"La radio está más accesible culturalmente a las grandes mayorías de los países Latinoamericanos; ya que no requiere saber leer ni escribir, y porque por su formación y configuración cultural, los mensajes son transmitidos oralmente (cuestión que se da a través de los siglos). Además, existen

1. KAPLUN, Mario, La Comunicación de Masas en América Latina (Colección Educación Hoy), 1a. edición, Asociación de Publicaciones Educativas, Bogotá (Colombia), 1973, pp. 18

2. STEIN, Ob cit.

condiciones de recepción que culturalmente han pactado estructuras favorables para su difusión; por lo que puede decirse que la Radio es un medio poderosísimo para la transformación socio-cultural de El Salvador".

Sin embargo, a pesar de constituir un medio poderoso para la transformación socio-cultural, en el país no se está cumpliendo y por el contrario es lo que menos se hace.

Pero no basta con que una Radio tenga un desarrollo efectivo en su programación, audiencia, o cobertura; sino que depende de otros factores, tales como que se "Desarrolle un Periodismo Auténtico y Responsable", según lo señaló el periodista Jorge Armando Contreras¹, quien agregó que "Solo se podrá hablar de perspectivas cuando haya una real superación del Periodismo Radial".

Una de esas superaciones sería la de superar la etapa de los programas enlatados (programas importados; provenientes de otros patrones culturales, pero que producen menos gastos a los empresarios; tal es el caso de las Radionovelas, cómicos, música "pop", y otros) o bien patrones culturales impuestos por los sistemas comerciales; así tienen un 38 a 40% de música "Pop", moderna o mariachis; el 40% de publicidad, el 20% restante se divide en programas infantiles, deportivos, culturales, educativos, noticieros y otros.

Esto si es un verdadero obstáculo para hacer de la Radiodifusión un medio que contribuya al desarrollo socio-cultural del país; ya que no hay balance entre unos aspectos y otros.

1. CONTRERAS, Jorge Armando, Redactor de Diario El Mundo, Entrevista realizada en San Salvador, el 14 de Febrero de 1979.

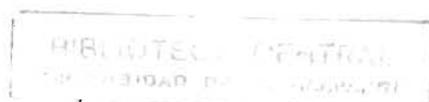
Por su parte, el profesor y Director de Programas, Manuel González¹ señala que "A pesar de que la radiodifusión puede contribuir al desarrollo socio-cultural, esto no se hace debido, muchas veces, a que el empresario sólo ve el punto lucrativo y se olvida de la función social y cultural de este medio".

Por lo que puede señalarse que en la medida en que se superen dichos problemas y se proyecten más programas culturales, educacionales y de orientación al pueblo, se acercará la Radiodifusión salvadoreña al desarrollo socio-cultural de El Salvador; hay que cambiar los actuales moldes que en nada benefician a las comunidades y se concretiza en la mera entretención del auditorio, sin desarrollar el trabajo informativo y generador de opiniones.

Se requiere de una mayor variación de los programas, pero con el objetivo de contribuir a elevar el nivel cultural y educacional de todos los habitantes del país que escuchan radio; ya que de lo contrario, podrá ser un excelente Medio de Comunicación Colectiva, pero no cumplirá con los objetivos como tal.

Así, deben impulsarse programas dramatizados y acerca de la realidad de la audiencia; programas dirigidos a ellos, tales como programas de entrevistas o grabaciones de hechos que sean de la competencia del radioescucha. Deben buscarse programas que no sólo contribuyan a la cercanía y sintonía cultural, anímica, efectiva o sico-social, sino que le dé elementos para crecer culturalmente.

1. GONZALEZ, Manuel, Profesor y Director de Programas, Entrevista realizada en San Salvador, el 20 de Julio de 1979.



Deben ser programas basados en la investigación sobre las necesidades culturales propias del auditorio y no programas que contribuyen a aculturizar y alienar a las grandes masas, al grado que las hacen crear mundos irreales y sus propios valores morales dependientes de esa cultura exportada por países dominantes, a quienes les interesa el sometimiento y estaticismo de estos países donde el subdesarrollo es el peor enemigo de estos pueblos. Pero sólo a través de programas con análisis político-cultural, programas que instruyen y forman al auditorio se logrará impulsar el desarrollo socio-cultural de los radioescuchas salvadoreños.

C. EN LA PROFESIONALIZACION DEL PERSONAL DE RADIOFONIA. El 81.48% de los encuestados¹ sostuvo que existe la necesidad de elevar el nivel científico-técnico del personal que labora en las estaciones de radio de El Salvador; ya que esto permitirá una mejor profesionalización y por consiguiente, una mayor diversificación y mejoría de los programas radiales.

Añadieron que mediante la profesionalización se lograría una difusión más acorde a la realidad del auditorio, y además, evitarían la sustitución de la creatividad por los "programas enlatados".

La profesionalización existe, pero el nivel de capacitación es eminentemente empírico debido a que no existe una escuela o centro de formación del personal radiofónico. A este respecto, el Director de Programas, Manuel González² sostiene que:

"Mucho del personal que labora en radio es profesional

1. ENCUESTAS, Ob cit.

2. GONZALEZ, Ob cit.

porque viven exclusivamente de ese trabajo, a pesar de tener una formación y capacitación eminentemente empírica puesto que no existe una escuela de capacitación que prepare técnica y científicamente a las personas que laboran en el citado medio. Todo ello redundando en el gran porcentaje de errores que a diario se escuchan en las estaciones radiales; claro, producto de la poca cultura de ese personal; sin embargo, en la actualidad se realizan estudios tendientes a crear esos estudios en la Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador".

En el señalamiento que hace González, se ve que la profesionalización del hombre de radio de El Salvador es empírica, esto, debido a la falta absoluta de un sistema de estudios especializados en esta área; razón por la que no es extraño escuchar errores en la locución salvadoreña. Como se ve pues, la profesionalización radial en el país, se toma desde el punto de vista de que ella es un medio de subsistencia, y por eso es profesional; un significado completamente alejado de lo que es profesión, que se ha adquirido de estudios especializados en determinados centros de enseñanza.

Sin embargo, hay estaciones radiales en El Salvador, que a falta de una escuela de locución, están preparando en la medida posible a su personal mediante la instalación de pequeñas bibliotecas de cultura general. Estas emisoras exigen a su personal que cada día vayan a la biblioteca y lean para que se ilustren y así de esta manera suplirles un poco su falta de cultura. Ejemplo de ello son la Radio Mil Ochenta y Radio Cadena Central, según lo expreso el Gerente de Operaciones de ambas emisoras Rolando Orellana.

En lo que respecta a la tecnificación y preparación científica del personal que labora en radiofonía, sólo se ha impulsado a través de cursos,

seminarios o conferencias por parte de elementos idóneos; pero no constituye una real formación científico-técnica de ese personal; por ello, el Productor de Radio, Omar González¹ dice que en la actualidad "no existen escuelas adecuadas para capacitar al personal que labora en Radiofonía, y por ello, la empresa privada debería hacerlo porque es la única beneficiada o bien puede la Universidad de El Salvador anexar un instituto y/o academia a la Escuela de Periodismo que funciona en dicha institución".

El mismo productor González agrega que "En toda América Latina sólo existe un Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica (ISER), situado en la República de Argentina".

Por su parte, los encuestados² dicen que la profesionalización se impulsa a través de cursillos y seminarios de capacitación y cultura general (el 48.15% lo dijo); el 18.52% de los cuestionados señaló que era necesario la formación de una carrera universitaria, y el resto no respondió a la interrogante.

Como puede observarse, la profesionalización del personal que labora en las estaciones de radio de El Salvador, son formados a través de la "práctica" y la "experiencia"; por lo que se hace necesario establecer una institución que contribuya a la formación científica y técnica del personal que labora en dicho medio; por que de lo contrario, la Radiofonía en El Salvador se estancará y no podrá impulsarse paralela al desarrollo socio-cultural del país ni estará al nivel del resto de América Latina.

1. GONZALEZ, Omar, Ob cit.

2. ENCUESTADOS, Ob cit.

D. EN EL DESARROLLO RADIOFONICO SALVADOREÑO. La radio en el país se ha desarrollado más en otros países del área centroamericana; ya que en cuanto al contenido de los programas se ha estancado, y sólo se transmiten programas enlatados. Antes se transmitían programas culturales y "en vivo", pero ahora no se hace.

Lo anterior puede comprobarse al analizar el desarrollo de la Radiodifusión en el país, planteado anteriormente en este trabajo.

Por el contrario, han ocurrido problemas como la distorsión de la información, más que todo debido a la presión económica existente sobre este Medio de Comunicación Colectiva.

Otra de las dificultades en el desarrollo es la falta de programas culturales y educacionales porque los existentes son bien mínimos y no constituyen ni el 10% del total de la programación en las 67 emisoras que hay en todo el territorio salvadoreño.

En la medida en que sean resueltos estos problemas, así se logrará un verdadero desarrollo de la Radiodifusión en el país; por lo que estos constituyen un reto para el personal que labora en las diferentes estaciones de radio de estancación-estado, para los empresarios y para los profesionales académicos de la Universidad de El Salvador.

Si se desarrollan actividades tendientes a superar esas dificultades, pronto habrá una Radiodifusión que cumpla las funciones de la Comunicación Colectiva; Informar, Entretener y Generar Opinión, todas con la finalidad de Orientar a la mayoría del pueblo, tanto en el aspecto cultural como en el educacional, psicológico, social, propagandístico y recreacional de más de cinco millones de salvadoreños.

Pero para lograrlo hay que capacitar a los profesionales del Periodismo Radial para que tanto en lo técnico como en lo científico y en cultura general puedan desempeñarse satisfactoriamente para beneficio del desarrollo socio-cultural de este país.

En conclusión puede decirse que hay desarrollo de la Radiodifusión Salvadoreña en lo técnico, pero que se hace necesario implementar la formación científico-técnica del personal que labora en las 67 estaciones radiales de El Salvador; una formación que lo vuelva un periodista comprometido de su responsabilidad y conocedor de la situación real del pueblo; ya que sólo así se desarrollarán programas acordes con esa situación.

Además, es necesario erradicar los programas "enlatados" que no benefician a los pobladores del país sino que el contrario, constituyen medios de aculturización y de alienación del habitante de este pequeño país centroamericano.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La presente investigación constituye un aporte al conocimiento de la Radiodifusión Salvadoreña, en lo que respecta a lo histórico y a su desarrollo al través de los 52 años de existencia.

En este apartado se plantean las conclusiones y recomendaciones a las que llegaron las dos investigadoras, tanto en lo referido a la programación y Clases de Programas, así como en la Difusión y el Mensaje Radiofónico. Esto permitirá tener una visión más amplia de la Radiodifusión en El Salvador, y las perspectivas que ésta tiene como Medio de Comunicación Colectiva.

Las conclusiones y recomendaciones son las siguientes:

A. CONCLUSIONES. Como producto de las investigaciones bibliográfica y de campo, se plantea lo siguiente:

1. Que la primera etapa del desarrollo de la Radiodifusión en El Salvador (1920-1945), se dio muy poco desarrollo profesional, a pesar de que había audiencia; pero los contenidos de los programas fueron deficientes y, más que todo, sólo eran para entretener. Esto convirtió al medio en un parcializador de las funciones de la Comunicación Colectiva, tal como se establece modernamente;
2. La sobreutilización de los "programas enlatados", al grado que la variedad de programas era mínima y predominable la "imitación a la programación de emisoras extranjeras (Principalmente de México y Cuba);
3. La protección al artista nacional y el inicio de los programas de noticias, constituyen aspectos positivos de la primera etapa de la

Radiodifusión en el país;

4. Que el segundo período (1946-78), la Radiodifusión en El Salvador ha alcanzado un nivel de desarrollo un tanto integral, al grado que se ha impulsado las funciones de la Comunicación Colectiva; Informar, En tretener y Generar Opinión;

5. Se ha incrementado y tecnificado las estaciones de Radio, y se está profesionalizando al personal que labora en las mismas; tanto en lo técnico como en lo científico; esto es mínimo;

6. Se ha mantenido la "programación enlatada", lo que va en detrimento del desarrollo cultural del país, así como del personal que labora en este Medio de Comunicación Colectiva;

7. La Radiodifusión salvadoreña tiene una proyección superior al resto de medios porque las condiciones socio-económico-políticas del país se lo permiten; tal es el caso del alto porcentaje de analfabetismo (más del 59%), y la proliferación de radios transistores;

8. La Radiodifusión salvadoreña se ha convertido en medio de aculturización de las masas, porque se ha constituido, en alguna medida, en transmisor de culturas importadas y alienantes; al grado que ha motivado al radioescucha a la imitación de otros patrones culturales ajenos a la realidad salvadoreña;

9. La Radiodifusión salvadoreña ha alcanzado una madurez y solidez en su programación, al grado que presenta variedad en las programaciones de las 67 emisoras que operan en El Salvador; sin embargo, aún le falta hacer una distribución más equitativa del tiempo en la diversidad de programas y otros contenidos radiales;

10. Que la segunda etapa de la Radiodifusión en El Salvador ha servido para incrementar la audiencia y la cobertura de este medio, a los diferentes estratos y clases sociales de esta Nación-Estado.

B. RECOMENDACIONES. Como producto de las conclusiones planteadas en cada uno de los capítulos que constituyen este trabajo, se han dado las recomendaciones siguientes:

1. Que se hace necesario impulsar programas culturales-educacionales que conlleven el conocimiento de la realidad y los valores culturales del país, y que contribuyan al desarrollo socio-económico-político de la sociedad salvadoreña;
2. Que se establezcan colegios y/o institutos para la capacitación del personal que labora en las 67 estaciones radiales del país; y que esta capacitación sea en lo técnico-científico, cultura general y en lo ideológico-político. Estos centros educativos pueden estar anexos a la Escuela de Periodismo de la Universidad de El Salvador;
3. Delimitar o Reducir a lo mínimo, el uso de "programas enlatados"; los cuales son un medio de aculturización de estos países Latinoamericanos; y por el contrario, impulsar una programación más apegada a la realidad de estas naciones-estados, y más allegada a la idiosincracia de los radioescuchas.
4. Impulsar la real profesionalización del personal que labora en las 67 estaciones de radio del país; todo con la finalidad de lograr un mejor contenido en los programas y una mejor elaboración y difusión de estos;
5. Contribuir a través de la radio, a elevar el nivel cultural-educacional

de la población salvadoreña. Esto puede lograrse mediante una adecuada planificación y mejor balanceo del contenido diario en la difusión de las estaciones radiales del país;

6. Que la modernización de las estaciones radiales tengan como objetivo mejorar los mensajes, acercarlos a la realidad de estos pueblos; y buscar alcanzar las funciones principales de la Comunicación Colectiva: Informar, Entretener y Generar Opinión;

7. Buscar el mejoramiento socio-económico del personal radiofónico; así como su nivel de formación científico-técnica para lograr una mayor efectividad en los trabajos radiales, y que estas personas se conviertan en impulsores de un nuevo contenido programático de las estaciones radiales de El Salvador.

BIBLIOGRAFIA CITADA

A. LIBROS

1. Bowman, Pat y Nigel, Ellis, Manual de Relaciones Públicas, 1a. edición, Editorial Gráficos Sagitario S.A., Barcelona (España), 1964.
2. Bond, Fraser, Introducción al Periodismo, 2a. edición, Editorial Limusa-Willey S.A., México D.F. (México), 1969.
3. Chaves Paz, Horacio, Qué es el Periodismo, 1a. edición, Editorial Columbia, Buenos Aires (Argentina), 1970.
4. Dary, David, Manual de Noticias Radiofónicas, 1a. edición, Editorial Diana, México D.F. (México), 1965.
5. Gauquelin, Françoise, Saber Comunicarse, 2a. edición, Ediciones Mensajero, Bilbao (España), 1972.
- * (Ver 14)
6. Mendel, Siegfried y Otros, Periodismo Moderno, 1a. edición en Español, Editorial Letras S.A., México D.F. (México), 1965.
7. Nixon, Raymond, Investigaciones Sobre Comunicación Colectiva, 1a. edición, Centro Interamericano de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL), Quito (Ecuador), 1963.
8. Newmann, John F., Periodismo Radiofónico (Traducción de Eduardo Infante), 1a. edición, Editorial Limusa Willey S.A., México D.F. (México), 1966.
9. Schramm, Wilbur, Proceso y Efectos de la Comunicación Colectiva, 1a. edición, Centro Interamericano de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL), Quito (Ecuador), 1964.
10. Schramm, Wilbur, La Ciencia de la Comunicación Humana, 1a. edición, Centro de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL), 1967.
11. Shannon, Claude y Weaver, The Mathematical Theory Of Comunication, Departamento de Prensa de la Universidad de Illinois (Estados Unidos), 1949.

12. Taufic, Camilo, Periodismo y Lucha de Clases, 1a. edición, Ediciones de La Flor, Buenos Aires (Argentina), 1973.
13. Wright, Charles, Comunicación de Masas, 3a. edición, Editorial Paidós, Buenos Aires (Argentina), 1972.
14. Kaplún, Mario, La Comunicación de Masas en América Latina, (Colección Educación Hoy), 1a. edición, Asociación de Publicaciones Educativas, Bogotá (Colombia), 1973.

B. PUBLICACIONES PERIODICAS

1. Asociación Salvadoreña de Radiodifusores (ASDER), Folleto ASDER, s/e, San Salvador, Febrero de 1978.
2. Anónimo, "Sobre Comunicación", Revista ABRA, No. 2, Mayo de 1975, Publicaciones de la Editorial de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA), San Salvador (El Salvador).
3. Comunicación, Estudiantes de "Estructura de Poder en los Medios de Comunicación Colectiva de El Salvador", Investigación Realizada por Estudiantes de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA), Diciembre de 1977, San Salvador (El Salvador).
4. Kaplún, Mario, "La Radiotelevisión Latinoamericana frente al Desafío del Desarrollo", Revista ABRA, Publicaciones de la Editorial de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA), Año 2, v. 1, No. 12, Mayo 1976, San Salvador (El Salvador).
5. Samaniego, Ramiro, "Manual de Investigación por Encuestas", Curso organizado por el Centro de Ejecutivos de Quito y la Cámara de Comercio de Quito, Quito (Ecuador), 1968.
6. Schenkel, Peter, "La Radio y la Televisión en Latinoamérica", Revista ABRA, Año 3, v.2, No. 20, Marzo-Abril de 1977, Publicaciones de la Editorial de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA), San Salvador (El Salvador).

C. ENTREVISTAS Y ENCUESTAS

1. Contreras, Jorge Armando, Redactor de Diario El Mundo, Entrevista Realizada en San Salvador, 14 de Febrero de 1979.
2. Castro Canizales, Joaquín, Subdirector de Telediario Salvadoreño, Entrevista Realizada en San Salvador, 15 de Febrero de 1979.
3. Encuesta Realizada en El Salvador, del 20 de Octubre de 1978 al 20 de Febrero de 1979.
4. González, Manuel, Profesor y Director de Programas, Entrevista Realizada en San Salvador, 20 de Julio de 1979.
5. González, Omar, Publicista y Productor de Radio, Entrevista Realizada en San Salvador, 19 de Julio de 1979.
6. Jaén, Enmanuel, Director de Radio Nacional, Entrevista Realizada en San Salvador, 7 de Febrero de 1979.
7. Majano h., Rosendo, Jefe Delegación de Agencia Centroamericana de Noticias (ACAN-EFE), en El Salvador, Entrevista Realizada en San Salvador, 13 de Julio de 1979.
8. Medina Funes, Francisco, Productor de Radio, Entrevista Realizada en San Salvador, 26 de Febrero de 1979.
9. Ochoa Valenzuela, Felipe, Gerente de Radio Internacional, Entrevista Realizada en San Salvador, 12 de Febrero de 1979.
10. Orellana, Rolando, Gerente de Operaciones de Radio Mil Ochenta y Radio Cadena Central, Entrevista Realizada en San Salvador, 7 de Febrero de 1979.
11. Stein, Eduardo, Secretario de Comunicaciones de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA), Entrevista Realizada en San Salvador, 23 de Marzo de 1979.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

A. LIBROS

1. Caseneuve, Jean, Sociología de la Radio y la Televisión, 1a. edición, Editorial Paidós S.A., Buenos Aires (Argentina), 1967.
2. Casasus, José M., Ideología y Análisis de Medios de Comunicación, 1a. edición, Editorial DOPESA, Barcelona (España), 1972.
3. Matterlat, Armando, La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación, 2a. edición, Editorial Siglo XXI S.A., Buenos Aires (Argentina), 1974.
4. Matterlat, Armando, y Otros, Comunicación Masiva y Revolución Socialista, 2a. Edición, Editorial Diógenes S.A., México D.F. (México), 1974.

ANEXO No. 1
MODELO DE CUESTIONARIO

INVESTIGACION : ESTUDIO HISTORIO-ANALITICO DE
LA RADIODIFUSION EN EL SALVADOR

INVESTIGADORAS : MARIA EUGENIA GONZALEZ Y BETHY
NOEMY REYES

DIRECCION : Edificio Panamericano

TELEFONO : 25-9824

FECHA : _____

CLAVE : _____

TOTAL DE PREGUNTAS : _____

OBJETIVOS:

1. Determinar cuál ha sido el desarrollo logrado por la Radiodifusión en El Salvador, tanto en programación como en difusión y audiencia.
2. Establecer cuáles son las perspectivas para la radiodifusión salvadoreña y
3. Determinar la necesidad de profesionalización del personal que labora en las emisoras.

INTRODUCCION:

Los datos recabados a través de esta encuesta serán confidencialmente, por lo que se ruega a los encuestados respondan con sinceridad a cada una de las interrogantes planteadas. De antemano les agradecemos la colaboración que nos proporcionan en el desarrollo de esta investigación.

Atentamente,
Las Investigadoras

PREGUNTAS:

1. Qué Clase de Programas difunde esta emisora?

2. Cómo considera el contenido de la Programación de esta emisora?

- a. Excelente
- b. Bueno
- c. Regular
- d. Deficiente

Por qué? _____

NUMERO DE PREGUNTAS : DOS

3. Siempre han mantenido esta programación?

- a. Si
- b. No
- c. No sé

Por qué? _____

4. Qué área geográfica alcanza esta emisora?

- a. Local
- b. Zonal
- c. Regional
- d. Nacional

Qué lugares alcanza? _____

5. Desde cuándo tiene este alcance?

- a. Desde fundada
- b. Desde hace 5 años
- c. Desde hace 10 años
- d. Desde hace 15 años
- e. Desde hace 20 años
- f. Desde hace más de 20 años

6. Cuál considera que es el número de oyentes diarios, aproximados, que tiene esta emisora?

- a. De 10,000 a 20,000 oyentes
- b. De 20,000 a 40,000 oyentes
- c. De 40,000 a 60,000 oyentes
- d. De 60,000 a 80,000 oyentes
- e. Más de 80,000

En qué se basa para asegurarlo? _____

7. Qué cambios ha experimentado esta emisora en la programación, difusión o audiencia? _____

NUMERO DE PREGUNTAS : CINCO

8. Cómo considera el desarrollo alcanzado por esta emisora?

- a. Excelente
- b. Bueno
- c. Regular
- d. Deficiente

Por qué? _____

9. Cómo considera el progreso de esta emisora con respecto al desarrollo Sociocultural del país?

- a. Excelente
- b. Bueno
- c. Regular
- d. Deficiente

Por qué? _____

10. Qué perspectivas considera que tiene esta emisora, tanto en la programación como en la difusión y la audiencia? _____

11. Considera necesaria que se profesionalice al personal que labora en esta emisora? _____

12. Si contesta afirmativamente la pregunta anterior
En qué forma puede profesionalizarse? _____

NUMERO DE PREGUNTAS : CINCO

ANEXO No. 2
MUESTRA SELECCIONADA

1. La Monumental 630
2. Radio Nacional
3. Circuito YSR
4. Radio Universal (YSKL)
5. La Voz Panamericana (YSAX)
6. Radiópolis
7. Radio Internacional
8. Radiocadena YSU
9. Radio El Mundo
10. Radio Exitos
11. Radio Mil 80
12. Radio Chaparrastique
13. Radio Doce Setenta
14. Radio Ondas Orientales
15. Radio Oromontique
16. La Voz del Litoral
17. Radio Novedades
18. Radio Lorenzana
19. Radio La Paz
20. La Voz de los Ausoles
21. La Voz del Espino
22. Radio Tecana

23. Radio Musical
24. Radio Santa Ana
25. Radio Reloj
26. Radio Cadena Central
27. Radio Teatro

ANEXO No. 3

Resultados de la Encuesta

No.	CONTENIDO DE LA PREGUNTA	RESPUESTAS	COMENTARIOS DEL ENCUESTADO	OBSERVACIONES DEL ENCUESTADOR
1	Clase de Programas que Difunde		<ul style="list-style-type: none"> * Musicales 1111 1111 1111 1111 111111 = 27 * Deportivos 1111 1111 1111 11 = 17 * Concursos Radiales 111 = 3 * Concursos Temporales 1111 = 4 * Culturales 1111 1111 1111 1 = 16 * Noticiosos 1111 1111 1111 111 = 18 * Infantiles 11111 = 5 * Educativos 1111 111 = 7 * Religiosos 1111 1111 = 10 * Cómicos 1111 = 4 * Servicio Social 1111 = 5 * Femeninos 11 = 2 * Novelas 1 = 1 	<p>El 100% de los encuestados señaló programas musicales; el 62.96%, deportivos; el 11.11% concursos radiales; el 14.81%, concursos temporales; el 59.26% señaló que programas culturales, el 66.67%, noticieros; el 18.52% difunde programas infantiles; el 25.93%, educativos; el 37.04%, religiosos; el 14.81%, cómicos; el 18.52% se refirió a servicios sociales; el 7.41% difunde programas femeninos; y el 3.7% novelas.</p>
2	Sobre el contenido de la programación	<p>Excelente 1111 1111 1111 Buena 1111 Regular 11 Deficiente</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Por el sistema de programación y la variedad de éste; 1111 * Porque no hay uniformidad en la programación musical, ni hay estabilidad en los deportivos (Regular) 11 * Porque se cubre a todos los sectores 111 	<p>El 51.85% de los encuestados señaló que excelente es el contenido de la programación debido al sistema aplicado y la variedad de éste además, porque toda la programación tiene contenido y conlleva la orientación de los diferentes estratos sociales; la programación es modificada según las exigencias del auditorio.</p>

No.	CONTENIDO DE LA PREGUNTA	RESPUESTAS	COMENTARIOS DEL ENCUESTADO	OBSERVACIONES DEL ENCUESTADOR
			<ul style="list-style-type: none"> * Porque toda la programación tiene contenido y orientación lll * Porque la programación se modifica, según las exigencias del auditorio lll * Porque la programación está orientada a informar, orientar y amenizar a los diferentes estratos sociales lll * Proyecta los valores nacionales y no acude a programaciones "enlatados" * Se trabaja con sistema y tomando en cuenta la "Comunicación de entretenimiento", basada en investigaciones de hábitos de audiencia. 	<p>El 40.74% dijo que bueno porque se cubre a todos los sectores y se proyectan los valores nacionales; el 7.41% señaló que regular porque no hay uniformidad en la programación musical ni hay estabilidad en los otros programas. El resto no contestó.</p>

No.	CONTENIDO DE LA PREGUNTA	RESPUESTAS	COMENTARIOS DEL ENCUESTADO	OBSERVACIONES DEL ENCUESTADOR
3	Siempre se ha mantenido la programación	a) Sí 1111 1111 1 b) No 1111 1111 1111 1 c) No sé	* Por su aceptación 1111 11 * Porque desde sus inicios se abarcó todos los estratos sociales 1111 * Se ha cambiado para mantener y aumentar la audiencia 1111 111 * Porque evoluciona, según la época 1111 11 * No, porque se desarrolla a la par del progreso y la cultura.	El 40.74% de los encuestados señaló que han mantenido la programación inicial (al ser creada) porque tiene aceptación (25.93%) y porque desde sus inicios se abarcó todos los estratos sociales (14.81%). El 59.26% sostuvo que se había cambiado de programación para mantener y aumentar la audiencia, ya que es necesario evolucionar, según la época y de acuerdo con el progreso y desarrollo cultural.

No.	CONTENIDO DE LA PREGUNTA	RESPUESTAS	COMENTARIOS DEL ENCUESTADO	OBSERVACIONES DEL ENCUESTADOR
4	Area geográfica alcanzada	1)Local 1 2)Zonal 1111 1111 1 = 11 3)Regional 1111 1 = 6 4)Nacional 1111 1111 = 9	Area de 50 Km. (Zacatecoluca y Usulután) San Vicente y Cabañas 11	El 40.74% de los encuestados cubren zonas en que políticamente esta dividido el país; el 22.22% tiene una cobertura de regiones dentro de las zonas. El 33.33% de los encuestados señalaron que cubren todo el país y el 3.7% tenía una cobertura local.
5	Desde cuando tiene ese alcance	Fundación 1111 1111 1111 Hace 5 años 111 Hace 10 años Hace 15 años 1111 Hace 20 años 1111 Más de 20 años.		El 55.56% tiene el alcance o cobertura geográfica desde su fundación; al 11.11% lo tiene desde hace cinco años; el 18.52% desde hace quince años; y el 14.81% desde hace 20 años que tiene alcance geográfico.

No.	CONTENIDO DE LA PREGUNTA	RESPUESTAS	COMENTARIOS DEL ENCUESTADO	OBSERVACIONES DEL ENCUESTADOR
6	Número diario de Oyentes	10,000-20,000 1111 = 5 20,000-40,000 111 = 3 40,000 - 60,000 1111 1 = 6 60,000-80,000 1 = 1 Más de 80,000 1111 1111 = 9 No Saben 111 = 3	* Estudios de investigación de audiencia 1111 1111 1111 1111 111 * En las llamadas telefónicas en concursos 1111 y por la correspondencia.	El 18.52% de las empresas radiales encuestadas tienen una audiencia diaria que oscila entre 10 mil y 20 mil; el 11.11% de 20 mil a 40 mil; el 22.22% es de 40 a 60 mil; el 3.7% señaló que oscilaba entre 60 y 80 mil; el 33.33% sostuvo que era de más de 80 mil radioescuchas diarias; y el 11.11% no respondió.
7	Cambios en emisora	Programas 1111 1111 1111 1111 = 19 Difusión 11 Audiencia 111 Ninguno 1111 111 = 8	* Música 1111 1111 1111 = 15 * Nuevos programas 1111 = 4	El 70.37% sostiene que se han dado cambios en la programación (el 55.56% en música y el 14.81% en nuevos programas). El 29.63% señaló no haber hecho cambios de ninguna clase.

No.	CONTENIDO DE LA PREGUNTA	RESPUESTA	COMENTARIOS DEL ENCUESTADO	OBSERVACIONES DEL ENCUESTADOR
8	Desarrollo alcanzado	Excelente 1111 1111 111 = 13 Bueno 1111 1111 111 = 13 Regular 1 Deficiente	<ul style="list-style-type: none"> * Por la colaboración del personal y el mejoramiento de la programación 1111 * Por la música y comerciales anunciados 1111 * Porque se planifica todo el desarrollo 1111 11 * Por el mejoramiento del equipo 1111 	El 48.15% sostiene que el desarrollo alcanzado es excelente el 48.15% de los encuestados dijo que es bueno, y sólo el 3.7% sostuvo que regular. Lo excelente y bueno (96.30%) planteó que se debió a la colaboración del personal, el mejoramiento de la programación, la planificación y la adquisición del equipo.
9	Progreso de la emisora con respecto al desarrollo socio-cultural del país.	Excelente 1111 111 Bueno 1111 1111 1111 111 Regular 1 Deficiente	<ul style="list-style-type: none"> * Porque ha contribuido a ese desarrollo 1111 1111 1 * Ha sido impulsadora de ese desarrollo 1111 1111 1 * Hay escasez de programas culturales 11 	El 29.63% sostuvo que era excelente el progreso de la emisora; el 66.67% dijo que bueno porque se ha contribuido o se ha sido generador del desarrollo socio-cultural del país; el 3.7% dijo que regular porque hay escasez de programas culturales.

No.	CONTENIDO DE LA PREGUNTA	RESPUESTA	COMENTARIOS DEL ENCUESTADO	OBSERVACIONES DEL ENCUESTADOR
10	Las perspectivas		<ul style="list-style-type: none"> * Se hará una inversión fuerte para el mejoramiento técnico llll = 5 * Ninguna llll llll l = ll * Confusa la respuesta llll = 5 * Mejorar y servir... servir y mejorar * Se mejorará el personal y se capacitará llll = 4 	El 18.52% señala que habrá buenas perspectivas por el mejoramiento del equipo de transmisión; el 40.74% no respondió; el 18.52% dio respuestas confusas; el 14.81% sostuvo perspectivas favorables en programación y difusión porque se capacitará y tecnificará el personal de la radio.
11	Necesidad de Profesionalización	<p>Sí llll llll llll llll ll=22</p> <p>No llll=5</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Conveniente; pero en El Salvador no hay escuelas para la gente de Radio. * Contribuiría al mejoramiento de la programación y la transmisión * Ya tiene personal profesional * Siempre que garantice la solidez económica. 	El 81.48% señaló la necesidad de profesionalizar el personal porque contribuiría a diversificar y mejorar la programación. El 18.52% dijo que no hay necesidad.
12	Forma de Profesionalizar	No contestó llll	<ul style="list-style-type: none"> * Cursos de Capacitación aumentar la cultura general llll llll ll * Crear la carrera de Locución ll * Teoría y Práctica ll * Formar carreras a nivel universitario llll 	El 48.15% señaló que la forma de profesionalizar es mediante cursos y seminarios de capacitación y de cultura general; el 18.52% dijo que se formara la carrera universitaria; el 7.41% dijo que mediante teoría y práctica y el resto mediante la locución.

ANEXO No. 4 : AUDIENCIA DE LA RADIO

AUDIENCIA FUERA DEL HOGAR

Mujeres

AB	C	D1	D2
30.5%	21.8%	11.7%	9.6%

Hombres

31.5%	19.2%	13.9%	14.3%
-------	-------	-------	-------

COMO SE ESCUCHA RADIO

Mujeres

	AB	C	D1	D2
Carro	9.6%	----	1.3%	----
Paseos	5.6%	1.2%	----	----
Trabajando	5.6%	----	----	----
Calle	5.6%	4.6%	2.6%	7.2%

Hombres

Carro	5.5%	1.3%	----	----
Paseos	6.9%	----	----	----
Trabajando	8.2%	1.3%	2.8%	----
Calle	8.2%	16.7%	5.6%	3.9%

PREFERENCIA EN TIPOS DE MUSICA

Mujeres				
	AB	C	D1	D2
Moderna	23.6%	18.4%	20.8%	28.9%
Romantica	48.6%	49.4%	53.3%	25.3%
Ranchera	2.8%	10.3%	10.4%	42.3%
Clasica	18.1%	6.9%	10.4%	1.2%
Instrumental	15.3%	6.9%	3.9%	9.6%
Hombres				
Moderna	34.3%	24.4%	25.0%	83.1%
Romantica	32.9%	45.0%	38.9%	36.4%
Ranchera	2.7%	9.0%	23.6%	41.8%
Clasica	17.8%	11.5%	11.1%	3.9%
Intrumental	13.7%	15.4%	6.9%	14.3%

PREFERENCIA POR PROGRAMACIONES

Mujeres				
	AB	C	D1	D2
Musicales	93.1%	88.5%	96.1%	83.1%
Noticias	12.5%	14.9%	28.6%	44.6%
Deportes	1.4%	2.3%	6.5%	19.3%
Novelas	1.4%	4.6%	13.0%	27.7%
Humor	----	5.8%	6.5%	20.5%
Educativ.	----	1.2%	2.6%	10.8%
Hombres				
Musicales	105.5%	98.7%	95.8%	94.8%
Noticias	9.6%	26.9%	23.6%	53.3%
Deportes	6.9%	7.7%	13.9%	31.2%
Novelas	1.4%	1.3%	2.8%	13.2%
Humor	----	1.3%	2.8%	12.2%
Educativ.	----	----	5.6%	5.2%

MOTIVACIONES BASICAS

Mujeres				
	AB	C	D1	D2
Adqui.Cultura	25.0%	31.0%	19.5%	25.0%
Sentir acompañd.	18.1%	21.8%	23.4%	16.9%
Obtener Inform.	18.1%	18.4%	19.5%	15.7%
Costumbre	55.6%	40.2%	28.6%	20.5%
Ganar Premios	31.9%	31.0%	19.5%	21.7%
Hombres				
Adqui.Cultura	35.6%	52.3%	31.9%	31.2%
Sentir acompañd.	20.6%	14.1%	23.6%	18.2%
Obtener Inform.	32.9%	26.9%	18.1%	28.6%
Costumbre	53.4%	52.6%	45.8%	31.2%
Ganar Premios	24.7%	28.2%	29.2%	19.5%

RADIO-ESCUCHAS SOLOS O ACOMPAÑADOS

		Solos	Acompañados
AB	Mujeres	81.9%	18.1%
	Hombres	80.8%	16.2%
C	Mujeres	69.0%	29.9%
	Hombres	80.8%	19.2%
D1	Mujeres	62.3%	36.4%
	Hombres	66.7%	32.6%
D2	Mujeres	71.1%	24.1%
	Hombres	81.8%	18.2%

RADIO ESCUCHAS

CSE	TENENCIA	NO TENENCIA
AB	100.0	-----
C	100.0	-----
D1	100.0	-----
D2	89.1	10.9
Totales	97.0	3.0

Más del 95% de los hogares entrevistados en el Area Metropolitana tienen aparatos de radio de cualquier tipo, es decir son Radio-hogares.

APARATOS POR HOGAR

No. de aparatos por hogar	AB	C	D1	D2
1	6.2	21.8	41.6	80.6
2	24.1	47.3	47.6	15.6
3	41.4	26.1	9.4	3.1
4	21.4	3.6	0.7	-----
5	6.9	1.2	0.7	0.7

Mientras en la Clase AB casi el 95.0% de los hogares tienen dos o más radios en el hogar, propiedad de la familia, esta cifra baja en las otras Clases ;Sociales, según el número de radio por familia.

SERVIDUMBRE

CSE	Radio Hogares Tenencia	Servidumbre No Tenencia	Total
AB	61.4	38.6	100.0
C	13.9	86.1	100.0
D1	5.4	94.6	100.0
D2	1.2	98.8	100.0

Los Radio-Hogares "Servidumbre", disminuyen a medida que baja la CSE, lo cual es muy explicable.

<u>PERTENENCIA</u>	AB	C	D1	D2
Padres	64.6	36.4	66.4	42.5
Papá	42.6	35.2	27.5	36.2
Mamá	54.3	10.9	6.12	18.1
Hijos	34.5	6.7	2.7	4.4

Este es un dato también con relación a los hogares. Llamen la atención que en AB hay casi dos propietarios de aparatos de radio por hogar. En las Clases Sociales siguientes hay un propietario por hogar. En otras palabras mientras en AB hay dos propietarios, en las otras Clases hay uno.

UBICACION REGULAR EN EL HOGAR

<u>UBICACION</u>	AB	C	D1	D2
Sala	100.0	98.8	98.7	97.5
Recamara	68.3	5.5	1.3	12.3
Otros	2.7	0.6	0.0	12.3

Hasta el momento no ha sido posible investigar los radios que andan por la calle, los que estan en las Fábricas y Talleres, que es más o menos un 20%.

AUTOMOVILES

<u>Tenencia</u>	AB	C	D1	D2
Si tienen	100.0	40.6	14.8	1.3
No tienen	-----	59.4	85.2	98.7

Solamente un automovil de todos los investigados no tenía radio.