



CIUDAD UNIVERSITARIA, OCTUBRE DE 2002

RECTORA:

DRA. MARÍA ISABEL RODRÍGUEZ

SECRETARIA GENERAL:

LICDA. MARGARITA MUÑOZ

DECANO DE LA FACULTAD:

LIC. PABLO DE JESÚS CASTRO

SECRETARIA DE LA FACULTAD:

LICDA. MARINA LÓPEZ GALÁN

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO:

LIC. RENÉ ALBERTO CONTRERAS

COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADO:

LIC. CARLOS ERNESTO DERAS CORTEZ

DOCENTE DIRECTOR:

LIC. JUAN CORONADO HERNÁNDEZ

DEDICATORIAS

A mi madre

Por brindarme su apoyo incondicional para que realizara mis estudios. Gracias mamá por estar siempre conmigo y por darme siempre lo mejor que puede dar.

A mi esposo

Por orientarme en el desarrollo de este trabajo, por su paciencia, por sus consejos y por estar a mi lado siempre.

A mi pequeñito

Por tenerme paciencia mientras trabajaba en la computadora, por estar a mi lado en los momentos que mas inspiración necesitaba, por su ternura... por ser la razón de mi vida.

A la vida

Por darme la oportunidad de realizar mis estudios y la dicha de estar al lado de las personas que mas amo.

INDICE

Introducción	vi
CAPÍTULO I	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1. Problematización del objeto de estudio	8
1.2. Objetivos	12
1.3. Justificación	13
1.3.1. Utilidad de la investigación	13
1.3.2. Relevancia de la Investigación	14
1.3.3. Implicaciones prácticas	15
1.3.4. Valor teórico	16
1.4. Delimitación del objeto de estudio en tiempo y espacio	17
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes del Estudio	19
2.2. Definición de términos	21
2.2.1. Antecedentes de la radio	21
2.2.2. La radiodifusión en El Salvador	24
2.2.3. La radio como medio de comunicación masiva	28
2.2.4. Algunas características de la radio	29
2.2.5. Programación radial y audiencia	32
2.2.6. La influencia de los medios	34
2.2.7. La educación a través de la radio	37
2.2.8. Surgimiento de la primera radio con formato juvenil en El Salvador	40
CAPÍTULO III	
METODOLOGÍA	
3.1. Definición y justificación de la muestra	41
3.2. Definición de técnicas	41

3.3. Tipo de estudio	42
3.4. Hipótesis	43
3.5. Procedimiento	44
CAPÍTULO IV	
EXPOSICIÓN DE RESULTADOS	
4.1. ¿Cómo funcionan las radios juveniles en El Salvador?	47
4.2. ¿Quién se encarga de regular la programación de las radios?	48
4.3. El aporte educativo de las radios juveniles en El Salvador	50
4.4. A manera de conclusiones	62
REFERENCIAS	67
ANEXOS	69

INTRODUCCIÓN

La presente investigación, que forma parte del requisito para optar al título de Licenciatura en Periodismo, tiene como objetivo determinar la existencia de espacios educativos dentro las programaciones de las radios juveniles con mayor audiencia en El Salvador.

El desarrollo metodológico de este documento, se presenta de la siguiente manera: en el primer capítulo se plantea la situación problemática que consiste en la necesidad que existe en nuestra sociedad, específicamente en la población joven, de recibir una mayor y mejor educación, dadas las circunstancias de subdesarrollo que adolece nuestro país; la importancia que representa la radio como medio de comunicación masivo, caracterizado por su poder de alcance y accesibilidad, entre otras singularidades; la ausencia de una regulación hacia las programaciones radiales, que no permite la implementación de espacios educativos; y finalmente se plantea la posibilidad de que exista poco o ningún interés en desarrollar programas educativos debido a los intereses económicos que podrían estar de por medio.

En el segundo capítulo, se mencionan los antecedentes del objeto de estudio, estableciendo que hasta la fecha no se ha realizado ninguna investigación que aborde la problemática aquí planteada. Además de presentar una definición de términos o temáticas que están directamente relacionados con el problema abordado.

En el tercer se plantea la metodología utilizada para realizar esta investigación, lo que incluye una definición y justificación de la muestra, definición de técnicas, tipo de estudio, la hipótesis y el procedimiento que se siguió a lo largo de ésta.

El último capítulo muestra la exposición de los resultados obtenidos durante la investigación: ¿Cómo funcionan las radios juveniles en El Salvador?, ¿Quién se encarga de

regular la programación de las radios?, El aporte educativo de las radios juveniles en El Salvador y finalmente se retoman algunas ideas básicas del análisis.

La metodología utilizada para realizar esta investigación estuvo basada en la recopilación de información proveniente del recurso bibliográfico-documental, las entrevistas y el monitoreo. En tal sentido, fue necesario indagar en todo el material existente que guardara relación con el tema, se hicieron los contactos con los responsables de las programaciones radiales y con otras entidades pertinentes y finalmente se realizaron distintos monitoreos a emisiones específicas de las radios en cuestión.

Dentro de las limitantes encontradas para realizar esta investigación esta el poco material bibliográfico relacionado con el tema y la falta de acceso para obtener información proveniente de algunas fuentes.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Problematicación del objeto de estudio

El Salvador, como muchos países tercermundistas ha tenido que soportar durante varias décadas la explotación y la sumisión. Iniciando con la intervención española y actualmente por los intereses económicos, políticos y sociales de los Estados Unidos que mantiene a este país, al igual que muchos otros países de América Latina, en un continuo subdesarrollo.

En este contexto y tomando en cuenta que la educación representa, para toda sociedad, el motor principal del desarrollo tanto a nivel científico, económico y cultural, los medios de comunicación de masas deberían desempeñar un papel determinante y más protagónico, a través de la transmisión de programas educativos que de alguna manera complementen, aporten o estimulen intelectualmente al público receptor.

El sistema educativo de nuestro país afronta una verdadera crisis, lo cual se evidencia en la divergencia de sus fines y objetivos con las necesidades mismas de la población, ya que es incapaz de atender a todos los sectores sociales del país.

Fenómeno que en buena medida se ve reflejado en el alto índice de analfabetismo (para el año 2000: 11.7 % en el área urbana y 32.4 % en la zona rural, según el PNUD), además de existir serias deficiencias en el sistema educativo a nivel nacional, lo cual se demuestra con la poca actualización de los programas de educación básica y media; la mala capacitación, tecnificación y cualificación docente en todos sus niveles, así como también en la decadencia de recursos (infraestructura, equipo material y tecnológico), entre otras deficiencias que afectan el aprendizaje de los estudiantes de los diferentes niveles.

La mayoría de medios de comunicación, llámense radio, televisión o medios impresos, ofrecen dentro de sus emisiones o programación, pocos o ningún espacio dedicado a un aspecto tan importante como es la educación.

En tal sentido, y dado que la radio es el medio de comunicación masiva con mayor penetración e incidencia en la población rural y urbana del país, es lamentable que ésta no esté siendo regulada, de tal manera que incluya dentro de su programación, espacios destinados a la educación de sus diferentes públicos.

En particular, centraremos nuestro enfoque en la programación de las radios juveniles, pues la mayoría de éstas han dejado de lado el aporte educativo que funcionalmente y al igual que los otros medios, están obligadas a brindar y más bien la percepción que se tiene de éstas es que en sus transmisiones diarias predomina el simple entretenimiento musical y la presentación de espacios enfocados, muchas veces por los locutores y locutoras, a la emisión de mensajes poco constructivos.

Para comprobar lo anterior, basta con prestar atención al contenido de los mensajes que se transmiten en la mayoría de estas radios, sin embargo, con esto no se quiere decir que el problema de la ausencia de programas constructivos o educativos sea exclusivo de las radios con formato juvenil.

El hecho de que no exista una regulación permanente ni efectiva hacia estas radios, económicamente bien establecidas en El Salvador, ha permitido un verdadero anarquismo en términos de programación.

Cada radio elige y establece su propio estilo y formato: horario, tipo de música, listas de éxitos, teléfono al aire, eventos, programas especiales, etcétera. Pero muy poco se han preocupado los directores y dueños de las mismas por incluir en éstas saturadas programaciones, espacios destinados al enriquecimiento cultural y/o educativo de sus radioescuchas.

La alfabetización, como un bien social del hombre; la integración familiar, como medio de unificación del grupo familiar; la transmisión cultural, como la divulgación y conservación de los valores y otros programas con los que se busca mejorar la calidad de la educación que se imparte, con frecuencia se diluyen en la audiencia por la mayor influencia que tienen la publicidad y la propaganda en el medio.

El medio radial, en su casi totalidad, pertenece a empresas privadas que se financian y dependen de la publicidad, lo que ocasiona muy posiblemente, que los programas se seleccionan con un criterio netamente comercial.

Lo anterior justificaría el hecho de que no haya interés por aquellos programas cuyos contenidos buscan cultivar o enriquecer el mundo del receptor del mensaje, lo que trae como consecuencia que el desarrollo de programas culturales, se vea limitado por diferentes intereses que no permiten que dentro de las programaciones radiales se incluyan volúmenes significativos de carácter educativo.

La programación radial debería satisfacer las necesidades de sus radioescuchas, pues cada sector tiene intereses educativos-culturales de acuerdo a sus ocupaciones o aspiraciones: el estudiante necesita información que complemente la educación que recibe en las aulas; el profesional desea estar al día con los últimos progresos de la ciencia; la ama de casa necesita información que le oriente en sus labores hogareñas; el hombre del campo debe conocer las nuevas técnicas agrícolas que le ayuden a producir más y mejor; el obrero requiere información sobre leyes laborales y otros aspectos importantes para su actividad productiva.

En las programaciones radiales, es evidente el predominio del material inferior en relación a los gustos intelectuales y demás material educativo necesario para una formación más completa del hombre, en cuanto al aprendizaje se refiere.

1.2. Objetivos

General:

1. Determinar la existencia de espacios educativos dentro las programaciones de las radios juveniles con mayor audiencia en El Salvador.

Específicos:

1. Identificar las condicionantes de incluir o no espacios educativos dentro de la programación de las radios juveniles.

3. Incentivar a las personas responsables de las programaciones de las radios juveniles para que tomen conciencia de la importancia del aporte educativo dentro de los medios de comunicación.

1.3. Justificación

1.3.1. Utilidad de la Investigación

Realizar una investigación para determinar el aporte educativo que las radios juveniles con mayor audiencia en El Salvador brindan a sus públicos, resulta necesario debido a que hasta la fecha ninguna institución o entidad se ha preocupado por abordar este problema, ni mucho menos por buscar un mecanismo que regule, en la práctica, el contenido de los espacios que conforman la programación radial.

Si tomamos en cuenta que una de las funciones principales de la radio (y quizá la más importante) es la de instruir a través de espacios educativos a sus diferentes públicos, en la actualidad pareciera que la influencia que ejercen contribuye a fomentar cada vez más la apatía por el aprendizaje y el enriquecimiento científico-cultural de sus oyentes.

Con esta investigación se pretende, además, hacer eco en las personas y/o autoridades competentes para que analicen el problema de manera completa: sus causas y consecuencias, y de esta forma puedan valorar los grandes beneficios que la población juvenil podría obtener al regular y enriquecer con segmentos educativos, la programación de estas radios.

Esta investigación servirá para promover el interés de las autoridades educativas y de los medios de comunicación, por trabajar en la elaboración de proyectos que, de alguna manera, brinden un aporte educativo al sector juvenil del país.

Las radios juveniles, en particular, están obligadas a desempeñar un papel más protagónico en cuanto a educación no formal se refiere, dado que su público está representado por un sector muy importante de nuestra sociedad.

Por estas y otras razones, las radios juveniles están obligadas a cumplir con su responsabilidad social y ofrecer un aporte educativo a su audiencia, de tal manera que el

público pueda beneficiarse con segmentos que signifiquen un aporte en términos científicos como culturales.

1.3.2. Relevancia de la Investigación.

La relevancia de esta investigación, radica en el hecho de que hasta la fecha no se ha realizado en nuestro país un análisis de la programación de las radios juveniles, por consiguiente, tampoco se ha determinado qué tipo de aporte educativo brindan a su audiencia.

El hecho de comprobar que no son suficientes los espacios dedicados a la educación, dentro de la programación radial, puede dar la pauta para que las autoridades educativas competentes tomen cartas en el asunto y gestionen a corto plazo, la implementación de espacios educativos dentro de estas radios y así, se permita a los diferentes públicos el acceso a una mejor y más completa programación radial.

Desde el surgimiento de la radio en El Salvador, los programas educativos que se han producido y emitido a través de este medio, se han caracterizado por tener un contenido superficial y poco atractivo, lo cual se comprueba con la poca trascendencia e impacto que han logrado en la sociedad.

A pesar de la importancia que han cobrado en los últimos años otros medios (como Internet), en nuestro país la radio continúa siendo el canal de comunicación más poderoso, porque puede llegar a un público muy numeroso y a las poblaciones con menos recursos económicos y más alejadas de las ciudades.

En toda sociedad, los medios de comunicación juegan un papel determinante en la transmisión de mensajes persuasivos e influyentes. En este sentido, las radios juveniles podrían fácilmente aprovechar este poder para orientar y estimular positivamente a sus audiencias.

El poco interés mostrado por las autoridades educativas competentes y por los dueños de las radios, por mejorar el contenido de la programación de las mismas, tiene un significado relevante pues estas actitudes han contribuido o dado lugar a la errada concepción que tienen los oyentes, quienes piensan que el entretenimiento musical es lo único y/o lo mejor que se puede transmitir a través de estos medios.

Esta investigación tiene un valor muy importante para mí (como investigadora), porque me sirvió para conocer de manera más amplia la situación de las programaciones radiales, dándome la oportunidad de conocer y comprender los motivos por los cuales no se incluyen suficientes espacios de carácter educativo dentro de las radios juveniles.

Además, siendo un poco optimista, contemplo la posibilidad de que mi trabajo de investigación genere cierto grado de conciencia en las personas involucradas en esta problemática, me refiero a las autoridades educativas, a los encargados de elaborar las programaciones, a los dueños de las radios y en los diferentes públicos que consumen estas programaciones.

1.3.3. Implicaciones prácticas.

Para el Departamento de Periodismo esta investigación tiene mucha utilidad, pues queda como antecedente para futuros trabajos de investigación y como un marco de referencia para los estudiantes que deseen obtener datos sobre la programación de las radios juveniles, así como también del aporte educativo que estas brindan a sus públicos.

Con la realización de esta investigación se pueden beneficiar, además, las entidades educativas correspondientes, pues tendrán acceso a información reciente, verídica y cuya base teórica servirá para justificar y poner en marcha una regulación, no sólo de las radios juveniles, sino de todos los medios de comunicación masiva existentes en nuestro país.

Si con este trabajo se ha logrado crear algún grado de conciencia en las autoridades educativas y en los responsables de las programaciones radiales, se puede aspirar a una pronta transformación en buena parte de estos influyentes medios, lo cual traerá como consecuencia que los diferentes públicos resulten favorecidos al recibir programas más completos, variados y principalmente educativos.

1.3.4 Valor teórico.

El aporte que representa esta investigación para el Departamento de Periodismo, las autoridades educativas, los responsables de las radios y para el público radioescucha, posee un enorme valor teórico pues hasta el momento no se ha elaborado, como se dijo anteriormente, una investigación que aborde la problemática del contenido de las programaciones de las radios juveniles que funcionan en El Salvador.

Realizar una investigación que aborde situaciones como el tipo de programas que se transmiten a través de las radios juveniles y el aporte educativo que estas brindan a sus públicos, dio la oportunidad de indagar, por primera vez, en aspectos fundamentales e importantes de la comunicación radial, que nadie se ha interesado por conocer, ni mucho menos por mejorar.

En tal sentido, esta investigación se ha convertido en la primera que plantea o saque a relucir la decadencia de programas educativos que existe en este medio.

1.4 Delimitación del objeto de estudio en tiempo y espacio.

La investigación se centró en el análisis de la programación de tres de las radios con formato juvenil, ubicadas entre las primeras diez de mayor importancia dentro de la Medición de Audiencia de Radio (conocida en el medio como “lista de rating”)

correspondiente al Área Metropolitana de San Salvador y realizada en noviembre del año 2001, por la empresa RIVERA MEDIA, S.A. DE C.V. (ver anexo 1).

En tal sentido, las radios que se tomaron como muestra para la investigación fueron: ABC, ubicada en el primer lugar de la lista; YXY en segundo lugar; y Radio MIL 80, ubicada en la tercera posición.

Como la investigación giró en torno a la programación de estas tres radios juveniles y en particular en aquellos espacios destinados a la educación de sus públicos, fue necesario hacer un monitoreo para analizar el contenido de la programación de las tres radios a nivel *general*.

El tiempo que se empleó para el monitoreo *general* fue de dos horas durante dos días. Los monitoreos fueron distribuidos en dos turnos (mañana y tarde), es decir, cada radio fue monitoreada dos veces al día por dos días, haciendo un total de cuatro horas de monitoreo por cada radio.

Cada monitoreo se efectuó en días y horas no programadas, es decir, la única sistematización empleada fue conseguir dos monitoreos durante el turno de la mañana y dos durante el turno de la tarde de cada radio.

Este monitoreo *general*, se realizó del 26 de agosto al 20 de septiembre de 2002.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del Estudio

Hasta la fecha, ninguna persona o entidad en nuestro país se ha interesado por abordar el tema de la educación a través de las radios juveniles, lo que significa que ha sido la primera vez que se realiza una investigación de este tipo.

Sin embargo, existen algunos antecedentes teóricos que fácilmente pueden aportar algunas ideas o conceptos a este estudio. Por ejemplo, la investigación realizada en 1997, en la Universidad de El Salvador, por Gloria E. Quijada y Julio César Mejía, titulada **La historia de la radiodifusión juvenil en El Salvador**, esta tesis aborda el origen y desarrollo de la radiodifusión en país, centrandó el análisis en tres radios juveniles: La Femenina, la Mil 80 y ABC.

Dentro de esta investigación se tomó en cuenta además, el tipo de administración, uso de tecnología, la programación y el personal de cada una de las radios en cuestión.

En segundo lugar se haya la tesis **Los medios de comunicación social: prensa, radio y televisión, como instrumentos para la educación y la cultura en El Salvador**. Esta tesis fue elaborada en el año de 1981 en la Universidad de El Salvador, por Elena Barón Romero y otros.

De su contenido puede rescatarse específicamente la radiodifusión y el problema educativo en el país. Para esta investigación se tomaron en cuenta las radios YSKL, Radio Sonora y Radio Monumental, encontrando que los espacios que estas radios dedican a la difusión de temas educativo-culturales son muy escasos y lo constituyen microprogramas como: lo que significa su nombre, Radiografía de lo curioso, Así es El Salvador, Es con usted señora ama de casa y Escuela para todos.

Una tercera tesis titulada: **Diagnóstico de la educación no formal desarrollada por la radio como medio de comunicación de masas, en la comunidad marginal atonal, de la zona ocho del sector poniente del área metropolitana de San Salvador**, elaborada en 1992, por Salvador Ramírez Mejía y otros, en el Departamento de Ciencias de la Educación de la Universidad de El Salvador.

El problema que se plantea, pretende establecer en qué medida los programas radiales contribuyen como medio de comunicación de masas en el desarrollo de la educación no formal, concluyendo que el aporte educativo que estos medios brindan a la sociedad es muy decadente.

La información proveniente de estos trabajos sirvió para reforzar el contenido de la investigación sobre el aporte educativo que brindan las radios juveniles con mayor audiencia en El Salvador.

2.2. Definición de términos

Para comprender mejor la situación problemática que nos interesa, es necesario partir de una exposición de conceptos que permitan entender la situación a nivel general y así poder concretizar el análisis hasta llegar a un conocimiento más específico.

Comenzaremos por definir a la radiodifusión que es la transmisión, por medio de ondas hertzianas, de todo tipo de espacios, llámense estos música, noticias, programas artísticos, literarios, científicos, etc., los cuales están dirigidos a los poseedores de receptores radioeléctricos, es decir a los radioescuchas.

En términos sencillos, la radio es un medio de comunicación social, un aparato transmisor a través del cual se emiten diferentes tipos de mensajes (educativos, musicales, comerciales, noticiosos, etc.) a diferentes auditorios y de forma abierta.

Para conocer las características de la radio y poder así valorar su importancia en el aporte educativo, es necesario hacer mención de los antecedentes de este medio y de cómo llegó a ocupar un lugar tan importante dentro de la comunicación de masas comunicación.

2.2.1. Antecedentes de la radio.

La radio es el resultado de años de investigación y de la invención de diferentes artefactos que emergieron ligados al entendimiento y progreso de la electricidad. En tal sentido, el número de estaciones emisoras de radio aumentó rápidamente en todo el mundo tras el desarrollo de los principios fundamentales de la radioelectricidad.

Los descubrimientos científicos y técnicos a finales de los años 1800 pretendían crear un medio de comunicación que fuera lo suficientemente práctico para responder a las necesidades políticas, económicas y militares de la época.

La necesidad de disponer de los medios idóneos de comunicación rápidos y seguros que cubrieran largas distancias, se incremento considerablemente en la medida en que la sociedad se tornaba más compleja.

Ya en el siglo XIX, la necesidad de disponer de un medio de comunicación que fuera capaz de atravesar rápidamente los océanos, era urgente para la sociedad occidental. La Revolución Industrial trajo consigo un ritmo acelerado. El intercambio comercial, el maquinismo, la aceleración de los procesos sociales y culturales, el cambio de los valores, entre otras circunstancias, fueron factores que demandaban la búsqueda de los medios de comunicación a distancia.

Los sucesos que antecedieron a la invención de la radio establecieron unas bases firmes que hicieron posible la aparición de este medio. De tal manera que el proceso de invención de la radio comienza prácticamente con el descubrimiento realizado por el investigador Samuel F.B. Morse con su telégrafo eléctrico en 1844.

Años después, en 1865, el científico James Clerk Maxwell formuló, matemáticamente, la teoría de que la electricidad puede producir ondas electromagnéticas. Luego, en 1876, Alexander Graham Bell y Thomas Watson inventaron el teléfono, logrando por fin transmitir la voz humana a través de cables eléctricos.

En 1887 este nuevo invento le sirvió al físico alemán Heinrich Hertz, para demostrar la existencia de las ondas electromagnéticas, lo cual le permitió crear un equipo con el que logró transmitir y recibir estas ondas; de ahí que éstas se conozcan como ondas hertzianas.

En 1897, después de algunos ensayos, Guillermo Marconi logró establecer una comunicación inalámbrica entre una distancia de 14 k.m. y posteriormente en 1901 pudo transmitir una señal inalámbrica sonora a una distancia de 3000 k.m.

Del sistema Morse a la transmisión de voz de manera inalámbrica había un pequeñísimo paso. En la nochebuena de 1906, los radiotelegrafistas de los barcos que

navegaban por el Atlántico, frente a las costas de Estados Unidos escucharon por primera vez una voz que les hablaba en sus auriculares.

Fue Reginald A. Fessenden que preparó un aparato que permitía la transmisión de señales mas complejas que las del sistema Morse. También había construido un transmisor sumamente poderoso para sus experimentos. Aquella noche memorable diversas personas hablaron por el inalámbrico; una pronunció un discurso, otra leyó un poema e incluso alguien tocó el violín. Este fue el nacimiento de la radio.

Sin embargo, Marconi es considerado como el inventor de la radio, pues fue él quien perfeccionó los instrumentos que otros habían desarrollado, sólo que agregó a su aparato una antena y una conexión en tierra con lo que logró transmitir y recibir señales por vez primera. La hazaña de Marconi quedó asegurada as para la posteridad.

Conviene destacar que a principios de este siglo nadie, incluyendo a Marconi, tenía idea del uso popular que muy pronto tendría la radio.

La cantidad de oyentes creció rápidamente. Esta actividad aumentó la demanda de receptores en la zona. Se hizo claro que la fabricación de receptores sería muy lucrativa. En Westinghouse decidieron construir un transmisor mayor, en la zona oriental de Pittsburgh, con el propósito de estimular la venta de receptores de su fabricación y de los elementos con los que los aficionados construirían otros receptores. De esa forma se creó en 1920 la estación KDKA de Pittsburgh. Así nació la radiofonía comercial.

Durante las décadas de 1930, de 1940 y hasta a principios de 1950, la radio había logrado capturar la atención de la familia norteamericana durante las horas nocturnas. Logrando además ubicarse en otros lugares de la casa, como el dormitorio, la cocina, el automóvil y la playa.

La tecnología de la radio que produjo la creación de receptores de tamaño minúsculo, consiguió proteger a la radio del declive de posguerra a tal grado que la transmisión con fines de entretenimiento y comercial prevalece hasta nuestros días.

Además, los diferentes usos de la radio hicieron de este medio algo indispensable en la vida diaria. La utilidad es incalculable por su poder para manejar las masas, por legitimar, promocionar, informar y formar a multitudes.

2.2.2. La radiodifusión en El Salvador

Más de dos décadas pasaron para que la radiodifusión apareciera en el escenario salvadoreño. El 7 de febrero de 1926, nace la primera estación radial del país. Esta radio surge bajo las iniciales A.Q.M. que correspondían al entonces Presidente Alfonso Quiñonez Molina, la misma fue inaugurada el 1 de marzo de 1926 y funcionaba con un transmisor GATES de 500 Watts de potencia.

La A.Q.M. surgió como un órgano dependiente del Ministerio de Gobernación de la Presidencia de la República, su enfoque inicial fue informativo, cultural y educativo. Con este formato se pretendía concientizar a la población y divulgar la cultura del pueblo salvadoreño, además de informar sobre los logros gubernamentales. La emisión diaria que abarcaba unas cuantas horas, especialmente nocturnas, también consistía en la transmisión de los conciertos ejecutados por la “Banda de los Supremos Poderes”.

Esta emisora mantuvo las iniciales A.Q.M. hasta el 8 de junio de 1927. Posteriormente paso a ser la R.E.S. (República de El Salvador), iniciales que conservó hasta el 31 de diciembre de 1933, cuando cambió nuevamente y fue llamada la R.D.N. que significaba Radio Difusora Nacional.

El impacto y la aceptación que tuvo la radio en nuestra sociedad fue bien aprovechado por algunos empresarios de la época, a tal grado que el surgimiento de las radios comerciales fue relativamente acelerado.

La primera radio comercial nace en 1935, con el nombre de Y.S.P., “La Voz de Cuscatlán” y era propiedad de Fernando Alvayero Sosa, quien mantenía buenas relaciones con el entonces Presidente Maximiliano Hernández Martínez.

El 9 de agosto de 1941 nace la segunda radio comercial llamada Y.S.R. “La Voz de El Salvador”, esta radio se distinguió por desarrollar programas noticiosos de manera más organizada, pues contaba con un equipo periodístico bien estructurado.

El 27 de abril de 1942, siempre bajo el gobierno del Presidente Hernández Martínez, se crea el “Reglamento para el Establecimiento y Operación de Estaciones Radiodifusoras”, en el cual se estipulaba que solamente el gobierno podría otorgar permisos para establecer radiodifusoras a entidades legalmente establecidas y cuyos dueños fueran salvadoreños por nacimiento.

La tercera radio comercial fue la Y.S.O., “La voz de la Democracia” y nació en 1943. Esta se caracterizó por sus innovaciones, pues transmitía entre otras cosas, los acontecimientos del mundo cinematográfico.

Se cree que el desarrollo de este medio tuvo su momento más importante en la década de los 50s, considerada la Época de Oro de la radio, y esto como consecuencia del mejoramiento de recursos técnicos, capacitación de operadores, productores y locutores, entre otros aspectos, que permitieron que la radiodifusión se expandiera con una diversidad de formatos, que en la actualidad satisfacen los gustos de públicos de todas las edades.

El progreso de este medio hasta nuestros días se ve reflejado en la cantidad de radiodifusoras legalmente establecidas. En la actualidad existen aproximadamente 220

radiodifusoras diseminadas a lo largo de todo el territorio nacional. Este progreso le ha permitido convertirse en el medio de comunicación con mayor penetración en todo el país.

La mayoría de éstas son radios comerciales, que ofrecen principalmente entretenimiento a sus audiencias, aunque algunas incluyen pequeños espacios de carácter informativo, cultural, educativo, entre otros, dentro de sus programaciones.

Un dato muy importante es el que presenta la encuesta de Medición de Audiencia de Radio (conocida en el medio radial como “lista de rating”) la cual se realiza dos veces por año, por la empresa RIVERA MEDIA, S.A. DE C.V., al señalar que las radios que dirigen su programación a un público joven o adulto contemporáneo, son las que se ubican en los primeros lugares en la preferencia a nivel nacional, y estas a su vez, son las que mayor demanda publicitaria poseen.¹

Lo anterior viene a sustentar la teoría que desde el origen de la radiodifusión, hasta nuestros tiempos, la publicidad ha jugado un papel determinante en el desarrollo de este medio, de hecho, RIVERA MEDIA, S.A. DE C.V. realiza estos estudios bajo un Dictamen Técnico, otorgado por la Asociación de Agencias de Publicidad (A.S.A.P.).

El principal objetivo de este estudio consiste en establecer la audiencia del medio masivo radio; así como determinar la composición de la audiencia de las diferentes emisoras, para que estos datos puedan ser utilizados por las Agencias de Publicidad.

La importancia que ha cobrado este medio, le ha permitido que la mayoría de estas empresas radiales, se encuentren agrupadas en la Asociación Salvadoreña de Radiodifusores (ASDER), institución fundada en 1964 con el propósito de unificar esfuerzos tendientes a fortalecer, proteger y defender los intereses de sus asociados, ante organismos oficiales y privados, ya sean de carácter nacional o internacional.

¹ Rivera Media, S.A. de C.V., *Encuesta de Medición de audiencia.*

Cabe mencionar que ASDER “es miembro de la Asociación Internacional de Radiodifusores (AIR), un organismo de carácter consultivo ante la Organización de Naciones Unidas (ONU), que aglutina a más de 17 mil asociados del continente americano y europeo...”²

2.2.3. La radio como medio de comunicación masiva

Al hablar de medios masivos, es necesario aclarar algunos términos para comprender mejor el significado de lo masivo. Masa significa pasta homogénea, igualada, uniforme. “Ahora bien, la masividad es un concepto relativo a la densidad de población. Si en un pueblo habitan cinco mil personas, lo masivo tiene un techo de cuatro dígitos. Si habitan cincuenta mil, de cinco dígitos. Y así.”³

Existe diversidad de medios de comunicación (periódicos, revistas especializadas, radio, televisión, cine y el más reciente, internet), los cuales, por sus características de penetración, accesibilidad, alcance e influencia social, han logrado imponerse y convertirse en medios masivos de comunicación.

Es importante recalcar que los medios masivos de comunicación tienen como objetivo contribuir en la ”construcción social de la identidad de las personas, ofreciéndoles modelos y reforzando ciertos rasgos que juegan un papel importante dentro de la socialización de las personas, es decir que se constituyen como espejos de la realidad, por su particular forma de reflejar la vida social y la interpretación sobre lo que son los

² Jorge Vargas Méndez, *Para oírte y mirarte mejor...La industria Radial y Televisiva en El Salvador (1926-2000)*, p. 147.

³ José Ignacio López Vigil, *Manual urgente para radialistas apasionados*, p. 485.

grupos, las personas, los hechos y las cosas⁴⁴ , además de poder reforzar las imágenes, actitudes y crear otras nuevas.

2.2.4. Algunas características de la radio.

a) Es un medio completo: Ningún otro medio de comunicación es tan completo como la radio. La radio suele estar en segundo plano mientras hacemos otras cosas. La oímos, pero no la escuchamos. Cuando algo nos interesa nos acercamos a ella. La radio es el medio que aproxima la información al ciego, al analfabeto y a los lectores perezosos. No se exige el aprendizaje de un código previo y es más fácil y cómodo escuchar que leer.

Lo anterior lo convierte en el medio de comunicación idóneo para efectos de educación radiofónica hacia la alfabetización.

b) Medio masivo y potencial: La radio tiene un auditorio tan extenso, heterogéneo, inconmensurable e incontrolable, ya que puede llegar a cualquier tipo de persona, sin importar su condición. Obviamente, llega a cualquier localidad, venciendo cualquier obstáculo de carácter geográfico.

Por otra parte, resulta interesante que el mensaje radiofónico pueda ser recibido al mismo tiempo que se lleva a cabo otra actividad.

c) Es un medio de comunicación instantáneo: Pues puede transmitir los hechos en el preciso momento en que ocurren. Además, las estaciones de la radio, están continuamente transmitiendo en todo el mundo.

d) Es un estímulo auditivo: El aspecto auditivo de la radio es una característica que le permite a este medio enviar mensajes en algunos lugares y momentos que no requieren de toda nuestra atención. Debido a esta característica, la radio puede convertirse en un

⁴ Salvador Ramírez Mejía, Majano D. y otros, *Diagnóstico de la educación no formal desarrollada por la radio como medio de comunicación de masas, en la comunidad marginal atonal, de la zona ocho del sector poniente del área metropolitana de San Salvador* , p. 32.

vínculo de comunicación con cualquier tipo de persona, sin importar condición social y educativa, particularmente sin exigir demasiado esfuerzo.

e) Es un medio económico: En este aspecto, la radio es un medio relativamente económico, lo mismo sucede con su recepción. Además, la producción de programas es rápida y poco elaborada.

El bajo costo económico de la radio, le ha permitido penetrar en los lugares más remotos y empobrecidos de la sociedad, donde se hace difícil la adquisición y el ingreso de otros medios como la televisión, revistas especializadas y ya no se diga internet, a tal grado que en los países subdesarrollados como el nuestro, la radio ha ocupado el lugar más importante en lo que a medios de comunicación masiva se refiere.

f) Resulta amplio: En lo que se refiere al tratamiento de temas. No obstante, el tiempo y el espacio representan un problema para este medio de comunicación masiva. Por otra parte, la radio tiene la imperiosa necesidad de sustituir a los demás sentidos, muy en particular a la vista; debe ser muy descriptiva.

Aun cuando el mensaje radiofónico depende de la perspectiva del emisor, se puede establecer de alguna manera la identificación con las ideas del receptor, en virtud de que no existe nada en concreto y se propicia la reflexión, pues cuando la idea se capta sólo auditivamente, el oyente lo visualiza con base en su propio campo de experiencia.

Ventajas y desventajas del medio.

Ventajas:

1. Es un medio de gran alcance.
2. Permite la participación del público.
3. Estimula la imaginación.
4. Es un medio flexible, pues nos permite hacer otras cosas mientras la oímos.

5. Tiene bajo costo en su producción.(a comparación de otros medios)
6. Es más fácil obtener una radio que una televisión.
7. Se puede escuchar en la Internet.
8. Tiene menos censura.

Entre otras.

Desventajas

1. Son escasos los programas culturales o educativos.
2. La fugacidad de sus mensajes.
3. Es un medio unisensorial.
4. La producción de sus mensajes, necesita mayor creatividad que en otros medios.
5. Tiene una gran competencia con la televisión.
6. Entre otras.

Sus funciones básicas.

Como todos los medios de comunicación, la radio tiene como funciones básicas informar, entretener y educar. Sin embargo, la realidad demuestra que las ventajas o desventajas, las bondades o maldades de un programa de radio, no se mide por la obediencia a unas determinadas reglas o funciones de producción, sino por la mejor o peor aceptación por parte del público. Es el receptor quien al final de cuentas valida un formato.

Una diversidad de formatos en radio .

Hoy en día, la radio tiene una gran cantidad de formatos que van de acuerdo con los movimientos socioculturales y las exigencias de sus receptores.

Existe una relación muy estrecha entre el emisor y el receptor. En muchos casos, los mismos oyentes son los principales protagonistas de ciertos segmentos, por ejemplo,

oyentes y locutor entablan conversaciones "al aire" sobre cualquier tema en todo el mundo, haciendo de esta manera, que el público fácilmente participe de la elaboración del medio.

Sin embargo, se dice que el mejor formato es el que mejor responde a las intenciones del emisor. En cada caso, hay que evaluar la mayor o menor oportunidad de un formato en función de los objetivos planteados en el programa que se quiere transmitir.

En tal sentido, el contenido de las programaciones siempre estarán enfocadas a satisfacer la demanda y los gustos de sus radioescuchas. La edad, el género, el sector social, la cultura, el lenguaje, la manera de ser y el contexto de los oyentes, debe tomarse en cuenta a la hora de estructurar la programación.

2.2.5. Programación radial y audiencia

Es el dialogo que la radio entabla con su público, los mensajes que emite para relacionarse con cada uno de lo personajes que conforman su audiencia. En otras palabras, es el conjunto de programas que transmite una emisora. Hablamos de programación diaria, semanal, mensual, también de programación regular, que se refiere a los días laborales, de programación de fin de semana, de programación especial, cuando se transmiten espacios como fiestas, entrevistas, conciertos y otros eventos que salen del esquema tradicional o cotidiano.

“La programación es la palabra conquistadora, la declaración de amor de ella, la radio, a él, su público. Candidatas en el dial hay muchas. Todas la emisoras difunden música, noticias, todas hablan y esperan ansiosamente ser escuchadas. La diferencia radica precisamente en la manera de pronunciar esas palabras, esos sonidos sensuales que viajan a través de espacios inmensos para alcanzar múltiples y que , sin embargo, parecen haber

sido dichos para una sola persona y al oído. La programación es la coquetería de cada radio, su estrategia particular de seducción”⁵ .

La radio es un medio de comunicación sensorial, razón por la cual al construir una programación, se debe estar consciente que el auditorio puede aburrirse y cambiar de estación. Esto quiere decir que no sólo se puede perder la atención del radioescucha sino su preferencia.

En tal sentido, “la programación tiene que estar en función de dos direcciones. Igual que un puente, puede recorrerse de allá para acá -desde las expectativas del público hacia la radio- y de acá para allá- desde las ofertas de la radio hacia el público-. Ambas puntas son indispensables para diseñar una programación: qué quiere la gente, qué quiere la radio”⁶

En cuanto a la audiencia, se dice que es el conjunto de personas que está escuchando una emisión en un día y una hora determinada, evidentemente, no esta conformada por un todo uniforme, sino que, dependiendo de una serie de factores como son el tipo de programación, formato, horario de transmisión, contenidos, etc., nos encontraremos con una audiencia generalista o especializada, pero en cualquier caso, heterogénea.

Tener un conocimiento real del tipo de audiencia que se posee y el estudio constante de la misma, resulta de mucha importancia en el proceso de comunicación radiofónica. De hecho, la elaboración y concepción de los mensajes estarán condicionadas, necesariamente, por la audiencia a la que éstos teóricamente van dirigidos.

En tal sentido, la producción de programas especiales y todo tipo de segmentos deberán estar enfocados a los gustos y exigencias del público que el medio pretende cautivar.

En El Salvador, la mayoría, por no decir todas las radios, incluidas las juveniles, están constantemente realizando encuestas y estudios de audiencia que les permita conocer,

⁵José Ignacio López Vigil, op. cit., pp. 467

⁶José Ignacio López Vigil, op. cit., pp. 469

entre otras cosas, las preferencias de sus oyentes en cuanto a música, programas y eventos especiales, con el fin de mantener atrapado al público que les escucha.

Debido a que la radio es un medio de comunicación sensorial, razón por la cual al escribir, debemos estar conscientes que nuestro auditorio puede aburrirse y cambiar de estación. Esto debe alertarnos en que no sólo se puede perder la atención del radioescucha sino su preferencia.

“La calidad del programa atrae la cantidad de audiencia. Y esta última atrae a los anunciantes”.⁷

2.2.6. La influencia de los medios

Hoy en día, los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que nos permite mantener una continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional.

La rapidez y dramatismo con que los medios de comunicación se han ido incorporando en nuestra realidad, no nos dio tiempo para adaptarlos y adaptarnos.

En las sociedades contemporáneas es cada vez mayor la importancia de los medios masivos, pues estos influyen sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logrando modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea. Se acepta como reales y se considera importante solo aquellos acontecimientos que muestran los medios.

La importancia de estos en el proceso de socialización de los chicos y jóvenes y de todos los integrantes de la sociedad están relacionadas con la calidad de los contenidos de los programas educativos, informativos y de entretenimientos que transmiten y también de las publicidades que influyen en los hábitos de consumo de la población.

⁷ José Ignacio López Vigil, op. cit., pp. 480

Para comprender la poderosa capacidad de influencia cultural, ideológica y educativa de los medios masivos de comunicación, es necesario analizarlos como tecnologías de la comunicación que afectan a la organización social y al modo de vida de las sociedades que los consumen.

Cada vez en mayor medida nuestros jóvenes, debido a la influencia de los medios de comunicación, tienden a la homogeneización o universalización de las pautas y patrones de conducta cultural independientemente de las variantes geográficas, históricas y sociales de las comunidades a las que pertenecen.

La cantidad de tiempo que invertimos en la interacción con los medios de comunicación (oir la radio, leer periódicos o revistas, ir al cine, ver la televisión o navegar por el ciberespacio, ...) representa cada vez más un importante porcentaje de nuestra vida cotidiana. Y esta proporción es todavía superior en los niños y jóvenes.

La música que transmiten las radios, las películas emitidas en las salas cinematográficas, los telefilms de la televisión, los cortes de pelo, las marcas comerciales de las prendas de vestir, las actitudes y valores ante los problemas socioculturales, ..., han llegado a ser similares en cualquier ciudad del mundo.

En tal sentido, la publicidad aparece ante jóvenes y niños como un gran escaparate atractivo estéticamente, y a través del mismo se convierten en parte del entramado mercantil de esta industria del consumo.

En el mundo de la educación es frecuente el lamento por las repercusiones de los medios de comunicación en la configuración de los valores y las pautas de conducta de las personas y, en especial, de los jóvenes y niños. Es frecuente escuchar opiniones de quienes consideran que la influencia del sector educativo disminuye al ritmo que aumenta la de los medios de comunicación, por esta razón se ha llegado a considerar que estos tienen parte

de responsabilidad de casi todos los desajustes en la conducta y en la vida de este sector tan vulnerable.

Cuando a los responsables de los medios se les inquiera por su rol social, rehuyen cualquier responsabilidad educativa y limitan su función a entretener y, en todo caso, a informar sin mas. Se habla aquí de la política del avestruz: ante el problema, ocultar la cabeza. Se reconoce desde la escuela el poder de influencia cultural y educativa de los medios, pero sin embargo se educa a los niños y jóvenes como si estos no existieran.

También es frecuente que la acusación sea devuelta insistiendo que los medios ofrecen aquello que tiene audiencia y que la responsabilidad es del sector educativo por no saber formar a dicha audiencia de manera mas crítica y exigente. Resultado: el pez que se muerde la cola. Pero es evidente que no podemos conformarnos con este entrecruce de acusaciones. La sociedad de la información y de la comunicación hacia la que avanzamos velozmente necesita una pedagogía que afronte el problema mas allá del círculo vicioso de preguntarnos de quien es la culpa.

2.2.7. La educación a través de la radio

Nadie desconoce que los medios de comunicación social (televisión, prensa, radio, cine, internet,...) ejercen una poderosa influencia sobre la población y que estos poseen un importante potencial pedagógico que debe ser utilizado en los procesos de enseñanza y que, por consiguiente, los mismos deben ser objeto de estudio desde los ámbitos psicoeducativos y curriculares.

Lo anterior resulta obvio, redundante y que ningún agente o profesional educativo probablemente negara. En este caso, lo que debe ser discutido son las formas, los fines, enfoques y procesos de incorporación de los medios de comunicación a la realidad escolar.

En el caso específico de la radio y debido a sus características propias: rapidez, accesibilidad, además de la economía del servicio y el alcance de su emisión, podría fácilmente convertirse en un valioso instrumento para la educación.

Sin embargo, en la práctica la radio más que educar, entretiene. No obstante, hay reconocer el interés que se ha mostrado algunas emisoras últimamente, por convertir a este medio en un instrumento de orientación emocional, dirigido principalmente hacia ese sector tan vulnerable de la sociedad, como es el sector juvenil.

Existen además, una serie de programas informativos o documentales muy importantes, pero no responden a ningún plan de estudios. Por eso la enseñanza a través de estos medios puede considerarse aleatoria.

Resulta difícil creer que la inmensa mayoría de los medios materiales y recursos que se utilizan en las aulas, son tecnologías de naturaleza impresa o escrita: libros de texto, mapas, fichas, cuadernos, enciclopedias, libros de distintos tipos, cuentos, fotocopias, es decir, pertenecen a una tecnología inventada en el siglo XV.

En este sentido, el problema que se puede percibir es que en nuestra sociedad, la educación, el conocimiento y la cultura que en estos momentos se enseñan desde la escuela están empezando a ser obsoletas, pronunciándose más la necesidad de contar con nuevos recursos e instrumentos que permitan impulsar una educación más efectiva. Cabe entonces preguntarse ¿Qué aporte o utilidad brindan los medios masivos de comunicación, en el desarrollo de una educación más eficiente y actualizada?.

La radio, como los demás medios de comunicación social, son instancias mediadoras que podrían ser empleados para la educación de niños y jóvenes de cualquier ciudad, barrio, isla o comunidad local, así como también para la transmisión de acontecimientos, valores y conductas que le pueden ser de utilidad para desenvolverse en su entorno como personas más productivas.

De esta manera, la radio podría contribuir, a través de la sistematización de sus programaciones, al desarrollo cultural y científico de la sociedad, sin embargo, en la actualidad pareciera que estos proyectos no dejan de ser mas que una simple utopía, pues la realidad nos demuestra que el interés económico de los medios prevalece ante cualquier intento de construir una sociedad más desarrollada en cuanto a educación se refiere.

Interesa recalcar que dentro de la sociedad la educación “proporciona a los individuos las formas de comprender, actuar y desenvolverse en su entorno, a través de un cúmulo de conocimientos adquiridos teóricamente y que por medio de ella se va transformando ese medio en el cual se desenvuelve, dado que es el hombre el motor que mueve una sociedad”⁸.

Por consiguiente la clarificación de los intereses ideológicos, empresariales, políticos, culturales y/o económicos de los mensajes y productos ofrecidos a través de la radio, deberían ser una meta educativa en cuanto que éste conocimiento es necesario para la formación del ejercicio democrático de los ciudadanos.

La educación es un proceso que no solo se da en la escuela, de manera *formal*, sino también en la misma sociedad y se distingue de la socialización y la orientación, ya que persigue lograr personas autónomas moralmente, con responsabilidad social, fieles a sus ideales y respetuosos de los demás, ocupando conscientemente el lugar que les corresponde en la sociedad, siendo ciudadanos comprometidos con la realidad de su país.

En este sentido y dado que el aprendizaje es tan amplio que nunca se deja de aprender, se hace necesario implementar o buscar mecanismos a través de los cuales el individuo pueda continuar su desarrollo intelectual.

De esta manera, los programas de carácter educativo dentro la radio, catalogados de tipo *no formal* , pueden fácilmente aportar conocimientos a los diferentes sectores de una

⁸ Salvador Ramírez Mejía, Majano D. y otros , op. cit., p. 32.

sociedad, de tal manera que contribuyan, a través de la transmisión de programas de carácter educativo, al desarrollo intelectual de sus audiencias.

2.2.8. Surgimiento de la primera radio con formato juvenil en

El Salvador

La primera radio con formato juvenil nace en 1973, con el nombre de Radio Juventud, la cual, a partir del 4 de agosto de 1974 adopta su nueva identificación: Radio Mil-80 YSEM en la frecuencia 1080 AM, con 5 Kws de potencia y con una repetidora en San Miguel para la zona oriental. Ese día, Radio Mil-80 llegó a su audiencia con música “pop” dirigida a la juventud.

Con el paso de los años, han surgido nuevas radios que de diferentes maneras han logrado cautivar a la audiencia cuya edad oscila, aproximadamente, entre los 15 y 35 años.

Se supone que los gustos, exigencias o preferencias de tipo musical, educativo o de entretenimiento de este sector joven, están representados en la programación de este medio de comunicación, es decir, cada radio elige un estilo y formato de acuerdo al tipo de audiencia que pretenda cautivar.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Definición y justificación de la muestra

El universo de la investigación está conformado por las radios con formato juvenil que funcionan en El Salvador. Es importante saber que de un aproximado de 100 radios aglutinadas en ASDER, unas 13 poseen formato juvenil pop, representando un 13 por ciento de este total.⁹

Para este análisis se tomaron como muestra tres de estas radios con formato juveniles pop con mayor audiencia en El Salvador, estas son: Radio ABC, ubicada en el primer lugar; Radio YXY en segundo y Radio MIL 80 en la tercera posición. Estos datos se han obtenido de la última Medición de Audiencia de Radio (conocida en el medio como “lista de rating”) correspondiente al Área Metropolitana de San Salvador y realizada en noviembre del año 2001, por la empresa RIVERA MEDIA, S.A. DE C.V.

3.2. Definición de técnicas.

Las técnicas a utilizar para obtención de información fueron, primeramente el monitoreo de las tres radios seleccionadas y en segundo lugar la entrevista en profundidad.

El monitoreo se realizó a cada una de las radios en un período de tiempo establecido y sirvió, primeramente para sondear el tipo de programación que posee cada una y además para comprobar y/o comparar la información proveniente de las entrevistas realizadas a los responsables de las programaciones de cada una de las emisoras.

En cuanto a las entrevistas en profundidad, éstas se realizaron a cada una de las personas o autoridades involucradas en la problemática, para obtener sus opiniones y sus

⁹ Datos tomados del libro Para Oírte y Mirarte Mejor... p. 149-150

valoraciones con respecto al contenido de las programaciones de estas radios, estableciendo además, la participación y responsabilidad que cada uno tiene en este asunto.

3.3. Tipo de estudio

Esta investigación es catalogada **de tipo descriptiva** porque su objetivo central fue obtener un panorama más preciso de la magnitud del problema o situación que se investigó. Además, permitió jerarquizar los problemas, derivar elementos de juicio para estructurar políticas o estrategias operativas, conocer las variables que se asocian y señalar los lineamientos para la comprobación de la hipótesis, además de brindar las bases cognoscitivas para otros estudios.

En tal sentido, este estudio está dirigido a determinar cómo es, cómo está la situación de las variables o estudios en una población, institución o entidad; para el caso, de las radios juveniles con mayor audiencia en El Salvador; la presencia o ausencia de algo, la frecuencia con que ocurre un fenómeno, en quiénes, dónde y cuándo se están presentando.

3.4. Hipótesis

Las programaciones de las radios juveniles carecen de suficientes espacios que promuevan la formación educativa.

Operacionalización de las variables:

a) Variable Independiente:

Programaciones de las radios juveniles

- **Indicadores:** - espacios musicales
- pauta comercial
- locución
- programas especiales
- entrevistas
- eventos especiales

b) Variables Dependientes:

Formación educativa

- **Indicadores:** - temas educativos
- participación del público
- fuentes competentes
- accesibilidad en el medio
- tiempo determinado
- interés económico
- valoraciones
- criterios

3.5. Procedimiento

Para ejecutar la investigación a cerca del aporte educativo que brindan las radios juveniles con mayor audiencia en El Salvador, fue necesario realizar una serie de actividades tales como: la selección de las radios que se analizarán.

Posteriormente se realizó la búsqueda de todo el material bibliográfico, documentos, artículos publicados por diferentes medios (entre ellos internet), que tuvieran relación con el tema de investigación y que sirvió para sustentar el marco teórico de este trabajo.

Después de recopilar toda esta información, se realizó una clasificación de todos los datos, de esta manera resultó más fácil la utilización de la misma a la hora de redactar.

Luego de obtener el recurso bibliográfico y otros materiales existentes relacionado con el tema de investigación, se hicieron las indagaciones pertinentes para determinar quién o quiénes son las personas encargadas de elaborar las programaciones de cada radio, las autoridades educativas competentes e instituciones que pudieran facilitar la información necesaria para complementar esta investigación.

Luego de ser ubicadas las personas involucradas en la problemática, se hicieron las gestiones necesarias para concertar las entrevistas.

A continuación se elaboraron los instrumentos de recolección de datos (cuestionarios y cuadros) que se emplearon, para obtener la información proveniente de las entrevistas y del monitoreo, para ordenar y clasificar los datos obtenidos a lo largo de la investigación.

En las fechas acordadas con las fuentes correspondientes, se llevaron a cabo las entrevistas en profundidad para conseguir toda la información necesaria para sustentar la investigación.

Las entrevistas en profundidad se realizaron para determinar, entre otras cosas, el tipo de participación o regulación que ejercen las autoridades competentes y los criterios de selección de los diferentes espacios que conforman y/o se producen dentro de las programaciones radiales.

Después de realizar las entrevistas, se prosiguió a transcribir los datos obtenidos y luego a su clasificación en los cuadros para el análisis e interpretación respectiva.

De la misma manera, una vez obtenida la información relacionada con las programaciones, se prosiguió con el monitoreo de las radios seleccionadas, para conocer de manera más amplia el contenido de sus diferentes bloques y también para comprobar si poseen o no segmentos educativos.

El monitoreo se realizó entre el 27 de agosto y el 20 de septiembre, con éste se logró sondear de manera general el contenido de las programaciones de cada una de las radios, estableciendo el tiempo y la frecuencia con que se transmite cada segmento y de esta manera tener una idea del tipo de programación que posee cada radio. (ver anexo 2)

De esta manera se pudo establecer además, los componentes de cada bloque que conforma la programación.

El horario en el cual se realizó este monitoreo estuvo comprendido entre las 6 a.m. y las 6 p.m., esto debido a que el contenido de la programación radial durante el día, se diferencia significativamente del horario nocturno o de madrugada.

Una vez seleccionada y clasificada la información proveniente del recurso bibliográfico, las entrevistas y los monitoreos, se prosiguió con el análisis e interpretación de los datos. Aquí fue necesario hacer uso de los instrumentos para el análisis e interpretación de datos.

Para llenar los vacíos que surgieron a lo largo de la investigación, es decir, aspectos que no quedaron muy claros durante la realización de las entrevistas, fue necesario hacer nuevas citas con las fuentes ya consultadas y de esta manera se pudo aclarar las dudas y profundizar mas en los datos presentados.

Finalmente, con toda la información clasificada y ordenada, se prosiguió con la redacción del trabajo final. En otras palabras, es concretizó la presentación de los resultados de la investigación, que tuvieron su fundamento en la investigación de campo.

CAPÍTULO IV

EXPOSICIÓN DE RESULTADOS

4.1. ¿Cómo funcionan las radios juveniles en El Salvador?

Básicamente, las radios con formato juvenil funcionan como empresas dedicadas a comercializar un producto: la música. Dentro de las programaciones juveniles se encuentra mayormente un contenido musical y comercial, situación que no da lugar a la inclusión de segmentos noticiosos, deportivos, educativos, religiosos, humorísticos, entre otros, que en conjunto podrían satisfacer las necesidades tanto intelectuales como de esparcimiento de sus públicos.

Las radios juveniles funcionan como empresas que venden sus espacios a los anunciantes, pues el financiamiento de estas emisoras proviene exclusivamente de la publicidad. La mayoría de estas emisoras poseen una estructura vertical, es decir, las decisiones sobre estrategias comerciales, publicitarias, de transmisión o programación, entre otros, con frecuencia, por no decir siempre, vienen desde arriba.

Cada radio posee una organización o estructura que les permite funcionar y establecer tareas a cada uno de sus miembros. Así, una estación de radio puede estar conformada por los siguientes miembros: el Gerente General (comúnmente es el propietario del medio), Gerente de Ventas, Personal Administrativo, el Director de Programación, un Equipo de Locutores y Equipo de Técnicos, entre otros.

El medio radial, en su casi totalidad, pertenece a empresas privadas que se financian y dependen de la publicidad, lo que ocasiona que los programas se seleccionan con un criterio netamente comercial.

4.2.¿Quién se encarga de regular la programación de las radios?

El Ministerio de Gobernación es la entidad gubernamental competente, que tiene como misión “Evaluar, regular y autorizar los espectáculos públicos de conformidad con la ley para contribuir al desarrollo de la calidad de servicios de entretenimiento que ofrece la empresa privada a la población salvadoreña, estableciendo para ello las edades apropiadas para su consumo”.¹⁰ (Ver anexo 3).

Por su parte, la Directora Ejecutiva de la Asociación Salvadoreña de Radiodifusores, ASDER, Ana María Urrutia de Lara, explica que en nuestro país, en el caso de la radio y la televisión, existe una autoregulación que consiste en que cada dueño del medio tiene que estar conciente de cuál es su rol como radiodifusor, y esta conciencia se fundamenta en las Bases de Legislación Uniforme para la Radiodifusión Privada, de la Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR).

Según la Base Número Uno de este documento: “La radiodifusión, por sus aspectos informativo, cultural y recreativo, es una actividad de interés público”.

En el literal “b” este mismo apartado se especifica que “la radiodifusión tiene, además, una misión de cultura. Ningún pueblo sobre la tierra puede darse el lujo de emplear este prodigiosamente eficaz medio de comunicación de masas sólo con fines informativos o de recreación. La radio es la única Universidad hasta para los analfabetos. En un sentido muy amplio se puede sostener que toda actividad de radiodifusión tiene trascendencia cultural: en medios muy atrasados, se puede decir que se hace obra de cultura cuando se difunden avisos de pastas dentrífugas... Pero en la América de nuestro tiempo la comunicad tiene el derecho de exigir de la radiodifusión el cumplimiento de programas culturales más avanzados y ambiciosos”¹¹.

¹⁰ Ministerio de Gobernación, Dirección de espectáculos públicos, radio y televisión. Documento emitido durante la Feria del Progreso 2002 en San Salvador.

¹¹ Bases de Legislación Uniforme para la Radiodifusión Privada, Pag. 20.

En teoría, estos argumentos resultan de mucho valor e interés para los consumidores de las programaciones radiales, pero en la práctica, el hecho de que no exista una regulación permanente ni efectiva que permita controlar el contenido de las transmisiones radiales y principalmente las que poseen un formato juvenil, ha permitido un verdadero anarquismo en la programación de la mayoría de estas radios.

Por su parte, la Directora Ejecutiva de ASDER, considera que “la radiodifusión tiene que ser responsable, pero al mismo tiempo libre de poner lo que quiera” y añade que “No hay nadie que obligue a la radio a hacer algo que no quiera. En tal sentido, lo que se transmita queda a la ética del radiodifusor. La libertad de expresión es esa y también el derecho del oyente de oír lo que quiere oír”.

Sin embargo, explica, “se debe tomar en cuenta que las radios son empresas privadas que viven de sus productos. El producto de las radios juveniles es la música y ese producto lo van a vender para poder sobrevivir y ganar dinero. Las radios hacen estudios de mercado y encuestas, para ver como están con el gusto de la gente. El concepto de radio es una empresa, la radio es como el almacén que vende telas, como cualquier tienda que vende un producto.

En tal sentido, su programación va siempre enfocada a lo que la audiencia les exige, es la misma audiencia quien lo va a aislar, en el momento que él ya no esté cumpliendo con lo que la gente quiere oír, entonces el que se juega el riesgo es él (el medio).

El único que me puede ejercer una sanción es el código penal, en el sentido de irrespetar el Art. 6 de la constitución, entonces cuando eso se da, la persona que se siente ofendida va a poner la demanda la instancia correspondiente y entonces se inicia un proceso legal, nada más, pero que haya una ley que diga vamos a cerrar esta radio, no hay. Porque somos libres de escuchar”, manifiesta Urrutia.

4.3. El aporte educativo de las radios juveniles en El Salvador

La programación radial debería satisfacer las necesidades de sus radioescuchas, pues cada sector tiene intereses educativos-culturales de acuerdo a sus ocupaciones o aspiraciones: el estudiante necesita información que complemente la educación que recibe en las aulas; el profesional desea estar al día con los últimos progresos de la ciencia; la ama de casa necesita información que le oriente en sus labores hogareñas; el hombre del campo debe conocer las nuevas técnicas agrícolas que le ayuden a producir más y mejor; el obrero requiere información sobre leyes laborales y otros aspectos importantes para su actividad productiva.

Si de alguna manera hemos tenido la oportunidad de escuchar la programación de algunas radios con formato juvenil, es posible que la percepción que hayamos tenido de ellas no sea muy positiva. Esto podría deberse, entre otras cosas, a que algunos locutores confunden el entretenimiento con el “relajo” o desorden. Muchos de los mensajes emitidos por éstos poseen un contenido poco constructivos.

En las programaciones radiales, es evidente el predominio del material inferior en relación a aquel que pretenda contribuir con el enriquecimiento cultural e intelectual de sus audiencias. la transmisión cultural, como la divulgación y conservación de los valores y otros programas con los que se busca mejorar la calidad de la educación que se imparte, con frecuencia se diluyen en la audiencia por la mayor influencia que tienen la publicidad y la propaganda en el medio.

Lo anterior justificaría el hecho de que no haya interés por aquellos programas cuyos contenidos buscan cultivar o enriquecer el intelecto del receptor del mensaje, lo que trae como consecuencia que el desarrollo de programas culturales, se vea limitado por diferentes intereses que no permiten que dentro de las programaciones radiales se incluyan volúmenes significativos de carácter educativo.

Pero hasta el momento esto es solo teoría, a continuación trataremos de profundizar en esta situación y de alguna manera determinar si en realidad el concepto que se tiene de estas radios juveniles posee algún fundamento real o por el contrario, se trata únicamente de una percepción que se ha venido generando a lo largo del tiempo, pero sin un conocimiento real.

Comenzaremos por conocer algunos datos generales sobre el funcionamiento y tipo de programación de cada una de las radios que nos interesa investigar.

RADIO ABC

Datos Generales

Frecuencia: 100.1

Banda: FM

Potencia: 5000 Watts

Director: Henry Chacón

Cobertura: Nacional

Representante: José Andrés Rovira

Fecha de Fundación: 13 de Septiembre de 1983

Formato: Juvenil Pop en Español.

Horario de Transmisión: De lunes a domingo, 24 horas

Contenido de la programación.

La programación de Radio ABC esta conformada por música juvenil actual, principalmente la que está sonando en Europa, pues este continente el que está a la vanguardia con la música. Lo que está de moda en Europa es lo que “pega” aquí en el país, asegura el Director de ABC, Henry Chacón.

En cuanto a la segmentación de cada bloque musical, no hay una pauta definida que establezca que cierta canción va a sonar a determinada hora. La programación de Radio ABC cambia semanalmente, es decir, las canciones que se dejan en programación son las que suenan cada día durante toda una semana.

Entre los programas especiales tenemos “Las 10 mejores”, “90 minutos de rock”, “Mix in night” y “Noche para dos”. Los programas especiales se eligen de acuerdo a lo que pide la gente. “El público determina los temas que desea que discutamos en nuestros programas especiales”, manifiesta Henry Chacón.

Cada bloque dentro de la programación está conformado por música y comerciales. Cada media hora se transmite un bloque de comerciales y luego una franja musical, la locución queda a opción del Disk Jockey.

Es importante aclarar que los espacios musicales son los que más predominan dentro de la programación de ABC, sin embargo los comerciales ocupan un lugar muy importante. “La radio vive de los comerciales, si hay 30 clientes que quieren sonar a las 7 de la mañana, se ponen a esa hora”, añade Chacón.

Promedio de tiempo dedicado a cada segmento que conforma la programación diaria:

Debido a que la programación diaria de las radios juveniles se divide básicamente en música y comerciales, se ha podido obtener un porcentaje aproximado del tiempo que dedica la radio a cada uno de estos segmentos. Estos datos se han podido obtener a través de un monitoreo sencillo que implica verificar de manera sistemática el tiempo que se emplea y la frecuencia con que se transmite cada uno de estos espacios.

Los resultados del monitoreo realizado a la Radio ABC presentan los siguientes datos:

Música:	68.3 %
Comerciales:	27.1 %
Otros (locución, llamadas telefónicas, eventos...)	4.6 %

El aporte educativo.

No existe ningún espacio educativo, “Porque la programación está enfocada principalmente a lo que es música y entretenimiento. Creemos que con incluir capsulas o programas educativos se pierde audiencia, porque no le interesa a la gente. La gente lo que quiere oír es música, eso está comprobado. No se incluyen espacios educativos porque la radio es musical, esa es la única razón. Para citar un ejemplo: lo que usted ve en canal 10 no lo va a ver en los canales 2, 4 ó 6; igual pasa con la radio, si la radio es musical, solo se va a dedicar a eso, a transmitir música.”. sostiene Chacón.

“Por consiguiente, está cerrada la posibilidad a los espacios educativos, porque la radio es un negocio y lo que se pretende es lucrarse de la radio, el rating es lo más importante. Ahora, una radio educativa o cultural la puede poner el Gobierno o una ONG. Los espacios educativos no tienen demanda en las radios juveniles y esto puede deberse a que los jóvenes no quieren escuchar lo mismo que están escuchando en la casa, en la escuela o en la universidad”, considera el Director de ABC.

Los criterios para estructurar la programación.

Para esta radio, el criterio más importante es programar lo que está de moda en música. Como se dijo anteriormente, se toma mucho en cuenta lo que está “pegando” en

Europa, además de estar pendiente de lo que suena en televisión, en las discotecas, en Estados Unidos y en América Latina.

Condiciones de incluir o no espacios educativos.

Para el director de Radio ABC, las condiciones son muy sencillas, no se incluyen espacios educativos porque no es rentable para la radio.

RADIO YXY.

Datos Generales

Frecuencia: 105.7

Banda: FM

Potencia: 5000 Watts

Director: Juan Barrera

Cobertura: Nacional

Representante: José Luis Saca

Fecha de Fundación: 25 de julio de 1996

Formato: Juvenil Pop

Horario de Transmisión: De lunes a domingo, 24 horas.

Contenido de la Programación:

La radio YXY surge bajo el formato “Juvenil Pop”, con una programación basada en la transmisión de “Música de Discoteca”, o “Música Dance” y ese es el formato que se mantiene hasta la fecha. En la actualidad cuenta con 8 locutores, entre ellos el director de la radio.

Los bloques que conforman la programación diaria de la radio están conformados por música, programas especiales y comerciales.

En cuanto a la música, no existe un formato rígido, es decir, queda al criterio del locutor programar las canciones que más le parezcan y de locutar el tiempo que considere necesario.

Dentro de los programas especiales se encuentran: “La abuela”, “Zona Dance”, “Bite Mix” y “Sobre dosis de rock”.

La pauta comercial está conformada por dos bloques de comerciales por cada hora. Fidel Castro, responsable de elaborar la programación, manifiesta que existe una saturación en términos de publicidad, “a veces solo ponemos una canción para separar dos bloques de comerciales, y a veces no ponemos ni una canción, sino una viñeta o “promo” para separarlos”, de manera que no parezca un solo bloque. Cada bloque de comerciales está compuesto por un aproximado de 29 y 30 comerciales por cada hora. La franja comercial se transmite en un horario de 5 de la mañana hasta las 8 de la noche.

Es importante señalar que los horarios de los comerciales se respetan, especialmente cuando existe un patrocinador para un programa o segmento en particular.

Promedio de tiempo dedicado a cada segmento que conforma la programación diaria:

Música:	55.62 %
Comerciales:	40.21 %
Otros (locución, llamadas telefónicas, eventos...)	4.16 %

El aporte educativo.

No posee espacios educativos.

Los criterios para estructurar la programación.

El primero es que vaya con el formato de la radio. “Aunque a veces nos salimos y ponemos música salsa, pero si está pegando y la gente lo pide lo ponemos, no importa el tipo de música, siempre y cuando a la gente que escucha la radio le guste.

El segundo es mantener una programación flexible, es decir, no caer en el error de otras radios, que el público llama por teléfono para pedirles cierta canción y les dicen no la tienen en programación”. Estos son los únicos criterios, asegura Castro.

Condicionantes de incluir o no espacios educativos.

Factor Económico:

Para Fidel Castro, la programación de la radio esta determinada por ciertos factores que están directamente relacionados con el aspecto económico.

Para él , el negocio de la radio es la venta, “de nada me sirve gastar en un programa educativo si no me va a producir ganancias económicas. Además, no hay demanda por parte del público para producir este tipo de programas educativos.

Sin embargo, anteriormente esta radio había pensado en producir espacios educativos, donde se abordarían temas relacionados con el sexo: como la virginidad, enfermedades de transmisión sexual, entre otros temas, ya estaba el proyecto armado y se habían hecho los contactos con los especialistas en la materia. “pero como no se encontraron patrocinadores para estos espacios, todo ha quedado tirado”, asegura Castro.

El problema que se plantea en esta radio es que para estos espacios educativos es muy difícil encontrar patrocinador, en tal sentido, la radio no puede gastar ese tiempo al

aire, porque el tiempo que se va a invertir en espacios educativos no va a rendir resultados en encuestas de rating, ni económicamente.

RADIO MIL 80.

Datos generales.

Frecuencia: 101.7

Banda: FM

Potencia: 5000 Watts

Director: René Córdova

Cobertura: Nacional

Representante: Enrique Restrepo

Fecha de Fundación: 4 de agosto de 1974

Formato: Juvenil Pop

Horario de Transmisión: De lunes a domingo, 24 horas.

Contenido de la programación.

Como toda radio comercial, su programación está básicamente conformada por espacios musicales y de publicidad.

Para René Córdova, Director de la radio, “lo que hace subsistir a la radio es la publicidad, es decir que tenemos pautados segmentos de media hora de música y un bloque de comerciales. Nuestra programación está segmentada en una hora musical, dividida por dos bloques de comerciales, cada media hora suena un bloque de comerciales”.

La política de Radio Mil 80 siempre ha sido estructurar la mayor cantidad de música posible, de tal manera que se responda a las exigencias del público que nos escucha, pero siempre manteniendo un equilibrio con los comerciales. En cuanto a la locución, “somos de

la política de que los locutores tienen que ser concisos, siempre que un Disk Jockey habla, tiene que tratar de llevar un mensaje, ya sea que lo maticemos con una noticia de un artista o un tema o tips educativo, es la obligación que ellos tienen”, asegura Córdova.

Promedio de tiempo dedicado a cada segmento que conforma la programación diaria:

Música:	58.33 %
Comerciales:	34.58 %
Otros (locución, llamadas telefónicas, eventos...)	7.1 %

El aporte educativo.

No hay programas cien por ciento dirigidos a la educación, pero a juicio del Director de la radio, si poseen varios micro espacios, entre estos la locución, que en el transcurso de la programación se van enfocando un poco a la orientación de la audiencia.

Los criterios para estructurar la programación.

Llenar las expectativas de la gente a la que se quiere llegar, el sector económico al que la radio está orientada y si existe algún patrocinador, quedar bien con él, son los principales criterios que se toman en cuenta a la hora de estructurar la programación diaria de la radio.

En tal sentido, se puede decir que la programación la determinan las exigencias de los clientes y de la audiencia. En todo caso, “se pretende enfocar lo que el cliente quiere hacia la audiencia que yo se cómo la manejo; lograr que compatibilicen tanto clientes como audiencia, ya que uno nos da de comer y al otro nos debemos”, añade Córdova.

Condicionantes de incluir o no espacios educativos.

Realmente no existe una condición, “nosotros tratamos de manejar, desde nuestra locución, nuestra programación musical o de programas, un mensaje educativo.

Sin embargo, todo programa que se desarrolla en radio lleva la finalidad de que sea un éxito en el “rating”, sino mejor no lo producimos. Ahora bien, esto no quiere decir que un programa educativo me va a hacer perder “rating”, talvez la condición que me planteo es que las personas que lo guíen, el mecanismo del programa, el interés que le voy a crear a la gente a través del programa, permita aumentar el “rating”.

La única condicionante es que a la audiencia le interese y que los clientes también se sientan satisfechos, finaliza.

Programación en números.

El cuadro que se presenta a continuación muestra a groso modo, como está compuesta cada una de las programaciones de las radios ABC, YXY y Mil 80, es decir, los espacios que más predominan durante toda la programación diaria. Estos son: música, comerciales y locución.

CUADRO COMPARATIVO

Contenido de las Programaciones Radiales

Radios: ABC, YXY, Mil 80.

Fecha de los Monitores: Desde 27 de agosto hasta 20 de septiembre de 2002.

Turnos Monitoreados: Mañana y Tarde.

RADIOS Segementos-Tiempos	Radio ABC	Radio YXY	Radio Mil 80
	3 horas de Monitoreo	3 horas de Monitoreo	3 horas de Monitoreo
Música	164 minutos 68.3%	133.5 minutos 55.83%	140 minutos 58.33%
Comerciales	65 minutos 27.1%	96.5 minutos 40%	83 minutos 34.58%
Locución	11 minutos 4.6 %	10 minutos 4.16%	17 minutos 7.1%
TOTAL	240 minutos 100%	240 minutos 100%	240 minutos 100%

4.4. A manera de conclusión.

Para valorar el contenido de las programaciones radiales y específicamente el contenido de los espacios educativos que presentan, en el caso de poseerlos, es necesario retomar algunas ideas concernientes a lo que significa educación.

Sin embargo, hay que estar claros que hablar de Educación exige definir términos que muchas veces la sociedad y hasta los mismos responsables de transmitirla confunden. En tal sentido, es pertinente advertir que a continuación únicamente se tratará de dilucidar términos para una mejor comprensión de la problemática planteada.

Como se dijo anteriormente, la educación es el proceso social que proporciona a los individuos las formas de comprender, actuar y desenvolverse en su entorno, a través de un cúmulo de conocimientos adquiridos teóricamente y que por medio de ella (de la educación) se va transformando ese medio en el cual se desenvuelve.

En tal sentido, la educación se entiende como un proceso continuo y constante, adecuado a los nuevos tiempos, donde se requiere cada día mayor capacitación y conocimientos.

Es importante aclarar que la educación se distingue de la socialización y la orientación, pues además pretende lograr personas autónomas moralmente, con responsabilidad social, fieles a sus ideales y respetuosos de los demás, ocupando conscientemente el lugar que les corresponde en la sociedad, siendo ciudadanos comprometidos con la realidad de su país, entre otros argumentos.

Lastimosamente y tomando como base los conceptos anteriores, se puede afirmar que de las tres radios utilizadas para este análisis, ninguna presenta espacios destinados a la educación y casualmente estas radios son las que se encuentran en las primeras tres posiciones dentro de las preferencias de la audiencia.

ABC se encuentra ubicada en la posición número uno de la lista de “rating” y curiosamente el Director de la misma manifestó que esta cerrada la posibilidad de incluir espacios educativos en la programación de esta radio.

Sin embargo, los mismos responsables de las programaciones de Radio YXY y Radio Mil 80 han reconocido la importancia del aporte educativo, pero también admiten la importancia de mantener el nivel de audiencia que han logrado a la fecha. Por consiguiente, modificar o alterar una programación que ha gustado al público podría perjudicar este éxito alcanzado por la radio y esto significa afectar directa y económicamente a la radio. Ellos no están dispuestos a correr este riesgo.

Este fenómeno da lugar a una discusión que va más allá de la simple identificación de preferencias en cuanto a programación radial. Se trata aquí de una discusión muy complicada, que dicho sea de paso, viene a constatar lo que en la hipótesis de esta investigación se planteó: “Las programaciones de las radios juveniles carecen de suficientes espacios que promuevan la formación educativa”.

Queda demostrado que el éxito de una radio, en cuanto al “rating” no está determinado por la cantidad ni calidad de los espacios educativos que transmite y tampoco depende de cubrir las necesidades de sus audiencias, sino más bien de satisfacer los gustos de un público que ya está acostumbrado a una programación definida. Programación que casi en su totalidad carece de elementos que contribuyan a la formación intelectual de sus receptores.

Para el caso Radio ABC, YXY y Mil 80, han destinado su programación exclusivamente al simple entretenimiento musical y les ha funcionado muy bien, pero han dejado de lado todo esfuerzo enfocado a la transmisión de espacios educacitivos, por considerar que estos espacios no generan ganancias en términos económicos, porque

producirlos no resulta rentable para la radio y porque esto probocaría una pérdida de audiencia.

El responsable de la programación de Radio ABC, Henry Chacón, considera que “los espacios educativos no tienen demanda en las radios juveniles ” y además sostiene que en Radio ABC “está cerrada la posibilidad a los espacios educativos, porque la radio es un negocio y lo que se pretende es lucrarse de la radio, el “rating” es lo más importante”.

Por su parte, Fiden Castro, responsable de la programación de Radio YXY, considera que el problema de la escasez de espacios educativos podría mejorar si se buscan los mecanismos para adecuar estos espacios, “porque si se hace de manera interesante, es decir que no aburra, los oyentes van a preferir estos espacios”, sin embargo, el problema real que aquí se identifica nuevamente es que “para estos espacios educativos no hay patrocinador y la radio no puede gastar ese tiempo al aire, porque el tiempo que se va a invertir en espacios educativos no va a rendir resultados en encuestas ni económicamente”.

Lo anterior deja en evidencia que el problema tiene como fondo los intereses económicos. Las radios juveniles no tienen iniciativa por invertir en espacios educativos porque esto no les genera ganancias económicas.

No hay voluntad por iniciar un proceso que permita, de manera progresiva, ir introyectando pequeñas dosis de una programación más completa y más sustancial, que venga a cubrir las necesidades tanto de esparcimiento como intelectuales del público radioescucha, porque esto no resulta rentable para la radio en términos económicos.

La realidad de nuestro país demanda que los medios de comunicación masiva, en particular la radio que ha sido considerada el medio de comunicación por excelencia, dadas sus características -antes mencionadas- deberían poner más interés en la formación educativa de sus audiencias, principalmente aquellas que han destinado su programación a un público joven.

Esta problemática requiere de la participación de todos los sectores involucrados: instituciones educativas públicas, instituciones educativas privadas, instituciones no gubernamentales y por supuesto, de las empresas privadas que se dedican a la comunicación.

Es necesario recalcar que el sector joven de nuestra sociedad necesita ser instruido, orientado y concientizado sobre la importancia que representa la educación en un país que lucha por salir del subdesarrollo y de la marginación.

La importancia de la concientización, radica en que se puede ir cambiando mentalidades y se puede lograr la aceptación por parte de la audiencia (independientemente de su edad, estrato social o económico), para que valore los espacios de carácter educativo como un complemento a su formación intelectual.

Es imperante realizar un trabajo que permita poner en práctica _objetivos, contenidos y actividades dirigidas a la formación del sector joven, como consumidores de medios de comunicación.

Está muy claro que el sector radioescucha que prefiere o se identifica con un tipo de programación, generalmente tiende a imitar los gustos, pensamientos, valores, estilo de vida que se le esta transmitiendo o inculcando a través de los mensajes radiofónicos.

Estas son algunas ideas para la reflexión, no son evidentemente, las soluciones a la problemática que en esta investigación se ha planteado. La solución solo será posible cuanto todas las partes involucradas trabajen en conjunto y abran espacios para que la población joven de nuestro país pueda recibir una educación más completa.

El problema que aquí se ha tratado de abordar se resume al hecho de que las programaciones de las radios juveniles que funcionan en El Salvador ejercen una poderosa influencia en las pautas de conducta del público que recibe sus mensajes, pues al final de cuentas, el público es fiel reflejo de la calidad de los mensajes que recibe.

REFERENCIAS

Libros:

- López Vigil, J. I. (1997). Manual urgente para radialistas apasionados. Quito, Ecuador: Artes Gráficas SILVA.
- Ortez, Eladio Zacarías (2001): Así se investiga pasos para hacer una investigación. El Salvador: Editorial Clásicos Roxsil.
- Ortíz, M. y J. Marchamalo (1994). Técnicas de comunicación en radio. Barcelona, ES: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Rojas Soriano, Raúl (1989). Guía para realizar investigaciones sociales, México: Plaza y Valdés Editores.
- Vargas Méndez, Jorge (2000). Para oírte y mirarte mejor... La industria Radial y Televisiva en El Salvador (1926-2000). El Salvador.

Tesis:

- Barón Romero, E. y M. Cantor (1981). Los medios de comunicación social: prensa, radio y televisión, como instrumentos para la educación y la cultura en El Salvador. Tesis de Licenciatura, Universidad de El Salvador.
- Cantarero, Mario Alfredo (2001). La investigación de la Comunicación. El Salvador, Universidad Dr. José Matías Delgado.

- Ramírez Mejía, S. y D. Majano (1992). Diagnóstico de la educación no formal desarrollada por la radio como medio de comunicación de masas, en la comunidad marginal atonal, de la zona ocho del sector poniente del área metropolitana de San Salvador. Tesis de Licenciatura, Universidad de El Salvador.

Documentos:

- Rivera Media, S.A. DE C.V. (2001). Encuesta Indice Medio Radio. Estudio de Radio. El Salvador.
- Bases de Legislación Uniforme para la Radiodifusión Privada, 1967. Buenos Aires.

Entrevistas:

- Castro, Fidel. Responsable de la programación de Radio YXY.
- Córdova, René. Director Radio Mil 80.
- Chacón, Henry. Director Radio ABC.
- Urrutia de Lara, Ana María. Directora Ejecutiva, ASDER.

ANEXOS

Cuadro Número 1

Control del contenido general de las programaciones radiales (en tiempo y porcentaje)

Radio: _____ Fecha del monitoreo: _____ Monitoreo N. _____

Hora monitoreada Desde: _____ Hasta: _____

Horario de pauta comercial. Desde: _____ Hasta: _____

Total de horas que transmite la radio: _____

Tiempo dedicado a cada segmento dentro de la programación

Tipo de segmento	Tiempo de duración				Porcentaje	Total
	1er. segm.	2do. segm.	3er. segm.	4to. segm.		
Música						
Comerciales						
Locución						
Observaciones						

Instrumento para Análisis e interpretación de Datos
Entrevistas a los responsables de las programaciones radiales

Instrumento para Análisis e interpretación de Datos

Entrevistas a los responsables de las programaciones radiales

Instrumento para Análisis e interpretación de Datos

Entrevistas a los responsables de las programaciones radiales

Instrumento para Análisis e interpretación de Datos

Entrevistas a los responsables de las programaciones radiales

Instrumento para Análisis e interpretación de Datos

Entrevistas a los personajes involucrados en la problemática

Nombre de la Institución: ASDER

Continuación. Pag. 3

Preguntas	Respuesta del entrevistado
-----------	----------------------------

Instrumento para Análisis e interpretación de Datos

Entrevistas a los personajes involucrados en la problemática

Nombre de la Institución: ASDER

Continuación. Pag. 2

Preguntas	Respuesta del entrevistado
-----------	----------------------------

Instrumento para Análisis e interpretación de Datos

Entrevistas a los personajes involucrados en la problemática

Nombre del entrevistado:

Nombre de la Institución:

Cargo:

Preguntas	Respuesta del entrevistado
-----------	----------------------------