

UNIVERSIDAD DON BOSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES



"LA PROGRAMACION DE LAS RADIOS COMUNITARIAS COMO EXPRESION POPULAR Y PARTICIPATIVA EN EL SALVADOR".

**TRABAJO ELABORADO PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

PRESENTADO POR:

**MIRNA SOFIA RAMOS MARTINEZ
GLADIS JEANETTE VASQUEZ ESCOBAR**

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMERICA

UNIVERSIDAD DON BOSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES



LA PROGRAMACION DE LAS RADIOS COMUNITARIAS
COMO EXPRESION POPULAR Y PARTICIPATIVA
EN EL SALVADOR

TRABAJO ELABORADO PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

PRESENTADO POR

MIRNA SOFIA RAMOS MARTINEZ
GLADIS JEANETTE VASQUEZ ESCOBAR

UNIVERSIDAD DON BOSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR:

ING. FEDERICO HUGUET

DECANO:

LIC. JOSE ERNESTO URBINA

COORDINADOR DE LA CARRERA:

LIC. ERNESTO RENE PERLA

1994

UNIVERSIDAD DON BOSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

JURADO EXAMINADOR

Lic. José María Barrera Lemus

Presidente.

Lic. Othmaro Menjívar.

Primer Vocal

Lic. Roberto Castillo

Segundo Vocal.

1994

AGRADECIMIENTO

- A: LIC. ROBERTO CASTILLO
POR SU ASESORIA, PACIENCIA Y COMPRENSION EN EL
DESARROLLO DE ESTA INVESTIGACION.
- A: TODOS LOS MIEMBROS DE TEO-RADIO Y RADIO SUCHITLAN
POR SU VALIOSA COLABORACION EN LA REALIZACION DE ESTE
TRABAJO.
- A: LOS MIEMBROS DE LA COORPORACION DE RADIOS COMUNITARIAS
PORQUE DESDE UN INICIO NOS BRINDARON SU AYUDA.
- A: LIC. CARLOS CAMPOS.
POR SU COLABORACION DESINTERESADA EN TODO MOMENTO QUE SE
LE SOLICITO.
- A: LIC. ERNESTO RENE PERLA.
POR SU ADMIRABLE APOYO MORAL PARA CON NOSOTRAS.

DEDICATORIA

A: DIOS, MARIA AUXILIADORA Y DON BOSCO.

POR SUS MULTIPLES BENDICIONES .

A: MIS PADRES

POR SU APOYO EN TODO MOMENTO.

A: MIS HERMANAS

ALBA MERCEDES Y AIDA ESTELA

POR SU AYUDA Y TODA LA COMPRESION DE HERMANAS MAYORES.

A: MI HIJA

ALEJANDRA SOFIA

POR SER LA PRINCIPAL IMPULSADORA EN LA OBTENCION DE
ESTE GRADO ACADEMICO Y POR SU PACIENCIA DURANTE TODO
EL PROCESO.

A: MIS AMIGOS

POR SU APOYO MORAL Y AYUDA DESINTERESADA.

MIRNA SOFIA.

DEDICATORIA

- A: DIOS TODOPODEROSO
POR HABERME DADO SALUD Y VOLUNTAD PARA CONTINUAR MIS
ESTUDIOS Y CORONAR MI CARRERA.
- A: MI MAMA: ANA ESTELA ESCOBAR BADA
POR SU AMOR, SU SACRIFICIO PARA COSTEAR MIS ESTUDIOS
Y SU CONFIANZA EN MI.
- A: MI ABUELITA: MARTA MELIDA RODRIGUEZ.
POR TODAS SUS ORACIONES, BENDICIONES Y PACIENCIA EN MIS
MOMENTOS DE ENOJO Y POR ESTAR A MI LADO SIEMPRE.
- A: MIS HERMANOS: BETTY, SAUL Y CARLOS.
POR SU AMOR, INTERES Y CONFIANZA EN MI.
- A: MIS TIAS: LUCY, CARMEN ELENA, CECY, MERY Y ELSY.
POR SUS CONSEJOS, CONFIANZA Y ANIMOS PARA QUE FUERA UNA
PROFESIONAL.
- A: MIS PRIMOS: TONY, JOSE, HUGO, ALEX, MELIDA, CARMENCITA
WILLIAN Y JACQUELINE.
POR TODO SU CARIÑO, SUS TRAVESURAS Y OCURRENCIAS PARA
DARME ANIMOS.

GLADIS JEANETTE.

INDICE

	PAG.
INTRODUCCION	
CAPITULO I	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
CAPITULO II	
DEFINICION DE OBJETIVOS	19
CAPITULO III	
MARCO TEORICO	20
CAPITULO IV	
METODO	38
A. Sujetos	38
B. Instrumentos y técnicas	40
1. Hoja de registro y control	41
2. Dinámica de grupo	42
3. Sondeo de opinión de audiencia	45
C. Procedimiento	46
1. Descripción de la ejecución de la investigación	46
2. Diseño de la investigación	56

CAPITULO V

ANÁLISIS DE RESULTADOS	57
. Situación general de las radios comunitarias	57
. Análisis de sondeo de opinión de audiencia	58
. Análisis de la hoja de registro y control	62

CAPITULO VI

CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES	70

CAPITULO VII

PROPUESTA TECNICA DE CAPACITACION EN PRODUCCION

RADIOFONICA	75
-------------------	----

NEXOS

. Hoja de registro y control: Teo Radio	95
. Hoja de registro y control: Radio Suchitlán	97
. Guia de preguntas para la dinámica de grupo	99
. Sondeo de opinión de audiencia	100

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

INTRODUCCION

Este trabajo es el resultado de una investigación realizada para descubrir si la programación de las Radios Comunitarias constituye una expresión popular y participativa en El Salvador, se ha realizado con el propósito de cumplir con el requisito académico para optar a la **Licenciatura en Ciencias de la Comunicación** y dar a los miembros de las Radios comunitarias una propuesta o instrumento para sus capacitaciones y programación.

La Comunicación popular ha tomado auge recientemente en nuestro país, por lo que era importante hacer un breve diagnóstico que mostrara las deficiencias de este sistema y así lograr dar aportes concretos que ayudarán a una mejor aplicación de los criterios de participación y popularidad.

La cooperación de Radios Comunitarias, así como las radios que fueron nuestra muestra en el estudio: **Teo-Radio** y **Radio Suchitlán**, constituyeron nuestro mejor apoyo ya que sin su colaboración no hubiese sido lo más objetivo posible nuestros resultados.

Los capítulos en que se desarrolla el trabajo son los siguientes:

- CAPITULO I : En este se plantea la situación problemática, las ventajas y desventajas.
- CAPITULO II : Contiene los objetivos.

- CAPITULO III: Contiene el marco teórico.
- CAPITULO IV : Trata de la metodología de la investigación.
- CAPITULO V : Presenta los resultados, su interpretación y análisis.
- CAPITULO VI : Contiene las conclusiones y recomendaciones.
- CAPITULO V : Contiene una propuesta técnica de capacitación en producción
Radiofónica. Así mismo un modelo de carta didáctica de cómo
desarrollar una capacitación de cualesquiera de los temas
propuestos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Salvador se vio inmerso durante doce años en un conflicto armado, sostenido entre la Fuerza Armada Salvadoreña (FAS) y el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN). Según la revista CEPRODE (1994), el origen de este conflicto apunta a antecedentes cuyas raíces provienen de muchos años atrás; entre algunos están: La expropiación de tierras ejidales y comunales que estaban en manos de la población indígena campesina; este hecho trajo como consecuencia el desempleo y una mayor pobreza a los sectores campesinos que antes de la expropiación cultivaban parte de estas tierras como medio de subsistencia; esto acarreo múltiples levantamientos campesinos a finales del siglo pasado y principios de éste, entre los más importantes esta el de 1932 donde se calcula que murieron aproximadamente unos 30,000 salvadoreños.

En 1944 se inició más en forma, un incipiente proceso de industrialización, el cual trajo un elevado índice de concentración de la producción y por lo tanto, una creciente mejoría económica sólo para unos pocos. Estos hechos propiciaron también, una extrema

pobreza y mayores desigualdades económicas y sociales en la población, añadiendo a ellos la falta de espacios democráticos para expresar el libre juego de ideas de carácter político y social, que ocasionaron violaciones constantes a los derechos humanos.

Estas fueron algunas de las razones que condujeron al país hacia una guerra interna de consecuencias catastróficas con mayor impacto en las áreas económica, política, social y psicológica de la población salvadoreña.

En lo económico, el conflicto armado causó graves daños a la infraestructura nacional, principalmente al servicio de energía eléctrica, caminos, puentes, transporte público, etc. Por otra parte el presupuesto nacional que se asignaba a los servicios de salud disminuyó considerablemente, siendo en 1980 de 10.8% y en 1991 de 8.1%. En igual forma el presupuesto de educación varió del 22.6%, en 1980, al 15.1% en 1991. No obstante el presupuesto para la Defensa Nacional, aumentó considerablemente del 14.4%, en 1980, al 22.8% en 1991. (datos de CEPRODE 1994).

Esto refleja la poca preocupación por parte del estado a la atención de las necesidades básicas de la población; a esto también se añade los miles de muertos, desplazados, repatriados, lisiados, generando una desintegración familiar masiva, considerada como uno de los

problemas sociales de gran envergadura.

En lo psicológico, la población residente en las zonas de combate, padece de altos niveles de angustia, dificultades de concentración, dolores de cabeza y stress, (citado por Marín, P. 1988).

Según otra investigación realizada por El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en 1987 (citada por Marín, P. 1988), señala que la destrucción de viviendas, el abandono del lugar de residencia y la muerte de uno o más familiares son los factores que más afectaron la salud mental de la población. Indudablemente estos efectos de la guerra han ido configurando la mentalidad de la población; una de las manifestaciones es la forma del lenguaje, por ejemplo la utilización de palabras como: delincuentes terroristas, bomba, granada, tropa, los muchachos, los compas, etc.

La violencia de la guerra al tiempo que causó muerte y destrucción, también hizo surgir los llamados "Diálogos Negociadores " que con el transcurso del tiempo concluyeron con una serie de Acuerdos de Paz entre las partes en conflicto. Según Acevedo, C.

(1992), este proceso comenzó oficialmente en octubre de 1984 con la invitación que el presidente de la república, en ese año, Ing. José Napoleón Duarte, formuló al FMLN-FDR para reunirse en La Palma, Chalatenango, continuando en manos del Gobierno Democrata Cristiano hasta 1988 sin ningún resultado positivo. A finales de 1989, año en que tomó posesión el nuevo Gobierno en manos del Presidente Alfredo Cristiani del Partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA), se vio en la necesidad de continuar con las negociaciones, estableciéndose parámetros fundamentales para un acuerdo de cese al fuego definitivo. El 31 de diciembre de 1991 a la media noche se firmó el Acta de Nueva York y el 16 de enero de 1992, en el castillo de Chapultepec de la Ciudad de México, D.F., se realizó la firma de los Acuerdos de Paz, entre representantes del Gobierno y del FMLN, con lo cual se puso fin inmediato al enfrentamiento armado dando inició en el país una nueva etapa de reconciliación y reconstrucción nacional.

Los acuerdos de paz que ascienden a un número de nueve capítulos con distintas disposiciones y que son verificados por la Organización de las Naciones Unidas para El Salvador (ONUSAL), son los siguientes: Transferencia de tierras, programas de reinserción de los ex-combatientes y heridos de guerra, recuperación de armas de uso privativo, formación y despliegue de la Policía Nacional Civil; (ECA, Estudios Centroamericanos, 1992) pero a pesar de la firma

de los Acuerdos de Paz, los salvadoreños aun no gozan de sus privilegios debido a un incremento de la ola delincencial por la que está atravesando el país y que ha creado un ambiente de inseguridad nacional. Por lo que la finalización del conflicto armado no representa automáticamente la garantía de un adecuado desarrollo psíquico de la población. Se requiere de cambios más profundos que abarquen la totalidad de la sociedad.

Según encuestas realizadas por la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, UCA, (citadas por la revista Opinión Ciudadana 1994), luego de la guerra, la delincuencia es el principal problema que actualmente enfrenta la sociedad salvadoreña. El involucramiento en las actividades delincuenciales es producto de las malas condiciones económicas y sociales en que viven muchos salvadoreños y por las pocas posibilidades de distribución y educación que han ofrecido los diferentes Gobiernos en turno.

Otros obstáculos que impiden el logro de la paz, lo constituyen la existencia de grupos ilegales armados que han venido cometiendo crímenes y asesinatos de los cuales han sido víctimas políticos y policías, estos grupos están siendo investigados por una comisión especial dedicada a este tema.

Dentro de este marco de crisis estructural cabe destacar que en lo referente a los medios de comunicación; durante la guerra éstos lograron mantenerse y hasta proliferar. Para el caso específico del medio radio, surgieron muchas emisoras en su mayoría comerciales. La característica principal de estas radios ha sido la de promocionar productos y servicios, como también el entretener a la audiencia con una programación de música de todo tipo. De forma paralela surgieron otras radioemisoras oficiales, calificadas de contrainsurgentes ya que pertenecían al Gobierno de la República, por ejemplo: Radio YES, Radio Cadena Cuscatlán, cuyo objetivo era alentar a los soldados a seguir en la lucha, transmitiendo mensajes en los que se justificaba el accionar de la fuerza armada, como operativos o cateos y deslegitimando el accionar del FMLN.

Como una contraposición surgen las radios clandestinas pertenecientes al FMLN, Radio Venceremos y Radio Farabundo Martí, que fueron protagonistas muy activas durante la guerra, a pesar de no contar con el equipo técnico adecuado. Se considera que todas estas radios, ya mencionadas, jugaron un papel protagónico durante la guerra porque directa o indirectamente influyeron en la población haciéndola tomar partido a favor o en contra del Gobierno y Fuerza Armada o del FMLN.

Por otra parte y dentro del proceso de reconciliación los Medios de Comunicación juegan un papel muy importante, papel que está determinado dentro de los Acuerdos de Paz, los cuales contemplan que éstos deben contribuir al proceso de distensión y reconciliación:

A. El gobierno no interferirá las estaciones de radio del FMLN a partir de la firma del presente acuerdo.

B. Ambas partes se comprometen a:

b.1. Promover por los diferentes medios de comunicación a sualcançe, una campaña nacional de publicidad en favor de la reunificación y reconciliación.

b.2. Abstenerse de toda propaganda o política informativa incongruente con el presente acuerdo o con el proceso de distensión y reconciliación (ECA,1992).

En este período de post-guerra las radios comerciales en buena medida se han mantenido invariables en cuanto a su objetivo de venta publicitaria, siendo sus radio-escuchas simples receptores a los cuales se entretiene, alejandolos de su realidad personal, familiar y comunal.

Las radios comerciales solo han logrado cumplir a medias con algunas de las funciones que deben desempeñar los medios de comunicación: Una es la de entretener y lo están haciendo a través de la programación de música; pero con esto también han logrado alienar a los radio escuchas, logrando que éstos no tomen parte activa para los cambios que amerita nuestro país.

Otra función que no ha sido asumida a cabalidad es la de informar y formar ya que en muchos casos se ha hecho sobre el acontecer Nacional e Internacional de forma parcial o con algún tipo de censura; la información no abarca todos los diversos puntos de vista de los hechos.

En la coyuntura actual es necesario modificar las programaciones a fin que éstas puedan contribuir a la reconciliación y construcción de El Salvador.

Sin embargo en los últimos años nacieron las radios alternativas o participativas: YSUCA, UTEC, CABAL, etc. pertenecientes a la Asociación de Radios Participativas de El Salvador, las cuales a parte de entretener también están formando o educando a la población. A ellas también se añaden las radios católicas: YSAX, STEREO AGAPE, LUZ, entre otras, que están trabajando en el proceso de desarrollo del país, orientándolo adecuadamente.

De igual forma ante el vacío de la radio comercial y como un reto de comunicación surgen dentro de diversas comunidades

las Radios Comunitarias, que específicamente para el caso de El Salvador nacen de una necesidad misma de las comunidades donde no cuentan o se les hace difícil la obtención de medios de comunicación propio que les puedan brindar información comunal, que les facilite una comunicación, que los divierta y los forme críticamente, (Rolando Soriano, Cooperación de Radios Comunitarias, 1993).

Según Gutierrez Guillermo y Susana Pikin (1992), con base a contribuir a solucionar estas necesidades comunicacionales surge la idea de crear el Sistema de Radios Comunales en el Salvador, denominado Proyecto Urraca que desde sus inicios contó con la cooperación del Instituto Cordillerano de Estudios y Promoción Humana (ICEPH), de Argentina.

El trabajo de este sistema de radios comunales inicia en noviembre de 1992 con un diagnóstico participativo del proyecto, paralelamente se impulsa un proceso en las áreas de capacitación, asesoramiento y evaluación institucional. Esta primera fase culminó con la puesta al aire de la primera radio del sistema, la radio comunitaria Suchitlán, inaugurada el 21 de agosto de 1993; fecha que marca el inicio de las radios comunitarias en El Salvador. actualmente se cuenta con cinco radios, que son:

- **TEO RADIO**, ubicada en el Municipio de Teotepeque, Departamento de La Libertad. Su frecuencia esta en el 96.5 F.M.

- **RADIO URRACA**, ubicada en Zaragoza, departamento de La Libertad

- **RADIO SUCHITLAN**, ubicada en la ciudad de Suchitoto, departamento de Cuscatlán. Su frecuencia está en el 92.3 F.M.

- **RADIO VICTORIA**, ubicada en Villa Victoria, departamento de Cabañas. Su frecuencia está en el 97.3 FM.

- **RADIO ULUA**, ubicada en el tablón, departamento de Morazán. Su frecuencia se localiza en el 94.1 FM.

Estas cinco radios a la vez están aglutinadas en la Corporación de Radios Comunes de El Salvador, cuyas finalidades son: Poder transmitir programas que vayan de cara a satisfacer las necesidades de su audiencia, a ser un medio de anuncio y denuncia social abierto a todos los sectores, a ser un medio educativo y de entretenimiento para la población y a la vez ser un puente de comunicación entre los pobladores de la misma comunidad y con otras comunidades.

Entre las potencialidades de estas radios se tiene además que esperan ser un medio de comunicación que puede satisfacer las necesidades y demandas comunicacionales de los

sectores populares de los territorios donde están ubicadas y pueden llegar a consolidar una sociedad civil democrática por medio del diálogo y la participación.

Hasta la fecha, en el país no se tiene conocimiento de que se haya realizado algún estudio sobre el aporte de las radios comunitarias en El Salvador, probablemente por el poco tiempo de funcionamiento que tienen y porque existen pocas instituciones que investiguen el campo de la comunicación comunitaria, no obstante a nivel internacional, sí existen estudios sobre la importancia de la radio comunitaria; pero estas investigaciones se enmarcan en realidades o culturas diferentes a la salvadoreña con algunas similitudes. Girart, B. (1992), expone algunos ejemplos de radios comunitarias a nivel mundial:

En Australia se posee un activo movimiento de radio comunitaria con más de 100 estaciones y más de 50 grupos pendientes a recibir su licencia. Estas radios proveen un servicio general a la comunidad y tienen la obligación de hacerlo con aquellos grupos que no gozan con el servicio de radio nacional y entre los grupos que se ven beneficiados con estas radios están las minorías étnicas y culturales, mujeres, ancianos, niños, etc.

En las zonas remotas del Norte de Canadá existen más de 100 comunidades indígenas que cuentan con radios comunitarias que desempeñan diversos recursos de participación como de teléfono, correo, punto de encuentro y de maestro. La información se maneja en su lengua nativa.

Según Silva, P. (1993), en Ecuador, la Radio Comunitaria Latacunga es una emisora de las zonas campesinas de la provincia de Cotopaxi en la Sierra central ecuatoriana. El aspecto a destacar de esta radio es que ha logrado rescatar el valor de la lengua Quechua; las culturas, tradiciones, las artesanías y todo lo que quieren difundir lo hacen a través de la radio.

Balette, O. y Esbry, G. (1993), exponen que en Argentina la radio comunitaria FM Sur cuenta con el programa Radio apasionados que es hecho por estudiantes de Comunicación de Cordova, con la participación de la gente del barrio. En los programas se impulsan sociodramas, radiodramas, cuyos protagonistas son las personas que viven en el barrio.

Boivin, L. (1993), dice que en Perú, grupos de mujeres se organizaron para poder participar en las radios comunitarias,

creandose así el colectivo Ondas de Mujeres que ha logrado que la radio comunitaria sea accesible a las mujeres en los grupos de base, las asociaciones feministas y organizaciones populares y étnicas.

Entre los logros y dificultades que tienen las radios comunitarias en América Latina, según lo expuesto por ALER (1994) están:

A. LOGROS

- Las audiencias de las radios comunitarias reconocieron que éstas tienen una propuesta diferente, acorde con sus necesidades y aspiraciones, identificándose con ellas.
- A través de las radios comunitarias los sectores populares pueden expresar sus propios mensajes y en las formas apropiadas según su cultura y mediante esta práctica participativa se ha dado un proceso de autuafirmación de sus identidades.
- Las radios comunitarias pueden comunicar ideas y valores orientados hacia la transformación social y el mejoramiento de la calidad de vida.

- Las radios comunitarias fortalecen las organizaciones de base, mediante la orientación y el apoyo a las actividades organizadas y a las experiencias de los sectores populares.
- En algunos países se han formado redes nacionales de comunicación alternativa, logrando una presencia y un impacto a nivel nacional.
- En otros países, estas radios incidieron en el desarrollo de ideas políticas democráticas y de transformación social.

B. DIFICULTADES

- En general las radios comunitarias cometieron el error de reducir lo popular a lo organizativo con miras a una praxis política-liberadora. Las demás dimensiones de la cultura popular, como lo masivo, lo cotidiano, lo religioso o fueron muchas veces subvalorizados o instrumentalizados para objetivos ideológicos o políticos.
- En general estas radios fueron concebidas como instrumentos para la educación y la organización, y no como medio de comunicación. La transmisión de contenidos concientizadores para otros elementos

esenciales de comunicación radiofónica como la música y entretenimiento, que fueron considerados como ganchos para hacer pasar los mensajes.

Por medio de estos estudios, pertenecientes a radios comunitarias de otros continentes o países y a las necesidades de las comunidades nació la inquietud de crear un proyecto de radios comunitarias en El Salvador, ya que existen condiciones; según lo expresado por sus fundadores Gutierrez Guillermo y Susana Pikin (1992). Este aspecto motivó a realizar la presente investigación, por varias razones: en primer lugar es una iniciativa novedosa porque en toda la historia de El Salvador, no se tiene conocimiento que se hayan dado este tipo de emisoras sino que hasta la década de los 90, que aparecen en el país las radios comunitarias, constituyéndose en una alternativa de hacer radio por su estilo de trabajo y por no entretener simplemente a la población. Y en cuanto a su contenido, cuenta con programas educativos, de orientación, de denuncia y anuncio social que permite contribuir a la formación de interlocutores y al mismo tiempo satisfacen algunas necesidades reales de los radio-oyentes.

Una forma alternativa de transmitir mensajes consiste en recurrir a técnicas como las dramatizaciones, sociodramas o

personificaciones con el propósito de hacer más llamativo el contenido de los mensajes, logrando probablemente, un mayor impacto en la audiencia para que luego lo puedan comentar con su familia o vecinos fomentándose así el diálogo.

Una de las intencionalidades de las radios comunitarias es promover la participación de la comunidad, ya que son radios abiertas a todos los sectores y la participación no se reduce sólo a abrir los micrófonos a toda la gente, sino a que produzcan programas retomando experiencias vividas por la misma comunidad para comprender sus causas y consecuencias.

En el proceso de reconciliación y reconstrucción nacional que vive el país, estas radios comunitarias han logrado establecerse: Hasta el momento cuentan con lugares de transmisión, con un equipo mínimo en lo técnico y humano y, aunque no ha sido autorizada su señal, lanzan su frecuencia al aire transmitiendo música, saludos y programas de todo tipo. La mayor pretensión de las radios comunitarias es dar su aporte a la reconciliación del país y para esto cuentan con programas que fomentan el diálogo, la reflexión de acontecimientos políticos, sociales, etc.

Esta investigación plantea el siguiente problema fundamental y al que se pretende dar respuesta:

- En qué medida la falta de una programación sistemática y continua está influyendo en los niveles de participación y en lo popular de las radios comunitarias ?

Sin embargo de este problema se derivan otros subproblemas como:

- La programación de la radio cuenta con programas que satisfacen los gustos, necesidades, intereses de los radio-oyentes ?
- El colectivo de la radio permite la libre participación de todos los sectores por igual ?

Es necesario aclarar que la presente investigación tiene una serie de limitaciones:

- Dada la distancia geográfica de una radio con otra y su difícil acceso a algunas de ellas, no existe posibilidad de visitar e investigar todas.
- Se tomarán como objeto de estudio o muestra del universo,

unicamente dos radios comunitarias: Radio Suchitlán y Teo Radio.

- Por no existir otros estudios sobre radios comunitarias en el país, no se tiene suficiente bibliografía lo que puede limitar el análisis posterior.

Aparte de las limitaciones, esta investigación también tiene sus alcances, los cuales son:

- Es el primer intento de investigación sobre radios comunitarias en el país, lo que sentará las bases para motivar otros estudios o escritos.

- Dar un aporte concreto e inmediato a las radios comunitarias, para que mejoren su programación,

- Dejar todo un escrito sobre la investigación realizada, que demuestre la forma de trabajo de las radios comunitarias en El Salvador.

- La investigación dará insumos a la Universidad Don Bosco porque se pretende dejar un trabajo que muestre al estudiantado de comunicaciones y catedráticos, una nueva alternativa de hacer radio.

CAPITULO III

MARCO TEORICO

Existen diferentes enfoques sobre la comunicación, los cuales se concretan a través de los distintos medios de comunicación masivos como la radio, televisión, periódicos, revistas, etc. Cada enfoque, impulsa o promueve una visión del mundo que han concebido y practicado.

Para la presente investigación se escogerá el enfoque de la comunicación popular ya que va más de acuerdo con el objeto de la investigación y además permite la verdadera participación de los interlocutores en el proceso comunicativo.

Para Jorge Merino Utréras (1988, pag.23), ante el dominio de la información por parte de los denominados medios masivos de comunicación de América Latina, y el predominio de las transnacionales de la información, surgen en la década de los 70 voces de cuestionamiento y crítica a este sistema de comunicación imperante; así es como los sectores populares toman conciencia de lo fundamental que significa establecer un proceso en que la

monopolios de la información, así se registra un desarrollo importante de lo que se dio en llamar el uso de tecnologías a bajo costo, que eran medios alternativos para producir y distribuir mensajes, entre los que se pueden mencionar: los periódicos comunitarios, el teatro popular, las hojas volantes, etc. que facilitan la comunicación popular.

Para Utréras la comunicación popular nace en América Latina a partir de los movimientos sociales; pero sobre todo del surgimiento del movimiento obrero-sindical, y es el ámbito político donde la comunicación popular se define, porque la comunicación es parte y consecuencia de un modelo de desarrollo, de un estilo de vida y de una concepción política de las relaciones sociales.

La práctica de la comunicación popular surgió ante el imperativo de los trabajos ejecutados en proyectos populares de desarrollo de la comunidad, alfabetización y organización de comunidades de base.

Estas prácticas populares plantean rudamente hacia donde deben apuntar las propuestas de una comunicación participativa, alternativa, popular; esto es, más que llevarle comunicación al pueblo, busque liberar su palabra.

La comunicación popular está ligada a la lucha del pueblo por su liberación y tiende a convertirse en una verdadera praxis; es decir un proceso dialéctico entre la teoría y la práctica. En América Latina hay ejemplos que demuestran que a nivel popular, hay capacidad e imaginación para rescatar y desarrollar tecnologías que están al servicio de los denominados grandes medios de información y que pueden implementarse para el área de la comunicación popular; así encontramos sectores sociales que sin tener acceso a la abrumadora tecnología, son capaces de generar o por lo menos buscar procesos de comunicación que les permitan proponerse niveles de participación y democratización dentro del juego social.

De ahí la importancia de comprender en su globalidad el problema de la comunicación adecuándolo a las particularidades de su uso en el ámbito comunitario y de sus organizaciones de base.

Se puede afirmar que la comunicación popular debe estar inmersa en la realidad de las comunidades populares, buscando así una mejor organización política y cultural cuyo objeto será lograr mejores prácticas comunicativas. No existiría una real comunicación popular si ésta no naciera de la vida misma del pueblo.

Jorge Merino Utreras expone una definición sobre comunicación popular que ha sido creada con base a las definiciones de varios autores, esta dice: " Comunicación popular es un proceso de interrelación que se da dentro del pueblo con el propósito de recuperar el significado de los sectores populares, de su memoria histórica, de su vida cotidiana; para estructurar estos significados como guía de acción vital, con la participación popular y la capacitación para elaborar, controlar, conducir, ejecutar y evaluar el propio proyecto popular, dentro de las diversas estrategias de un proceso de transformación que dan lugar a diversos niveles, normas y técnicas de la comunicación popular."(Comunicación popular, alternativa y participatoria).

De Acuerdo a CEDECO-CEDEP (1989), la comunicación popular es un proceso sistemático, participativo, reflexivo que parte de lo cotidiano; en el cual los sectores populares expresan su cultura, su historia, su realidad y sus luchas. Su función fundamental es crear caminos para el cambio, es decir, la transformación de la sociedad con la finalidad de lograr su liberación.

Para estos autores la comunicación popular se ubica en el espacio local, de lo real popular, el pueblo expresa su

cotidianidad, su cultura; y lo hace en su lengua.

Es el terreno donde se acumula y se escribe su historia, donde se desarrollan sus estrategias de sobrevivencia. Es el lugar al que pertenece y en el que, en cierta manera, se ejerce poder.

Hablar de comunicación popular no solo significa quedarse en que los grupos se intercomunicuen, o que las personas pierdan el miedo a hablar, que el pueblo se exprese y en su idioma, o que maneje medios que estén a su alcance, o las formas horizontales de comunicarse; también es hacer comunicación en busca de espacios democráticos en los que se tomen en cuenta los intereses populares.

CEDECO-CEDEP, a diferencia de Utréras (1988) quien consideraba que la comunicación popular nace como contraposición a los medios masivos de comunicación, afirman que lo masivo no es algo ajeno a lo popular sino que la cultura masiva se enriquece con la popular. Lo popular no aparece como lo opuesto a lo masivo, sino como un modo de actuar en él. La comunicación popular no puede dejar de lado ninguna dimensión de la vida de los sectores populares.

La comunicación popular se incorpora a un proceso más

amplio en el que todos son productores de mensajes pero también receptores, lo que implica el uso de una metodología de trabajo conjunto, popular.

Dentro de las dos formas de ver la comunicación popular, señaladas anteriormente, existe un elemento que ambos autores le dan suma importancia, la principal característica de la comunicación popular: " Participación".

Jorge Merino Utréras (1988, pag. 28), señala que la participación popular es un derecho humano, un deber político y un elemento esencial de construcción nacional, especialmente en condiciones de escasez de recursos; a menos que las instituciones políticas, económicas y sociales adecuadas alienten su participación, la población no puede identificarse con las decisiones cuyas consecuencias afecten su vida diaria.

La participación popular debe entenderse como un proceso global que abarque todas las acciones de la sociedad. Esta supone la participación de la sociedad como un todo en las decisiones, las mismas que no deben ser el resultado de la intervención únicamente de ciertos grupos, sino que debe existir igual oportunidad para que

todos los miembros de la sociedad participen crítica y concretamente.

La participación de los sectores populares permite una nueva dinámica social, necesaria no solo para acelerar el cambio social y el desarrollo, sino para que éste se consolide y sea una fuente de generación de progreso. Al incorporar al proceso comunicativo a los sectores mayoritarios. Esto también producirá la integración de las comunidades de base a la vida nacional.

En el seminario de comunicación grupal realizado en Quito-Ecuador, en 1977, (citado por Utréras, pag 15) se definió la participación como la situación en la cual los integrantes de un grupo toman parte, tanto en los procesos de comunicación en sí como en los objetivos últimos del proceso, es decir, hay una involucración en el proceso de toma de decisiones y demás etapas del proceso social entre todos los integrantes del grupo.

Según el informe final de la reunión sobre Autogestión, alcances y participación en la comunicación, realizado en Belgrado 1977 (citado por Utréras, pag.21) expone que la participación implica el involucramiento del pueblo en la producción y en el manejo

de los sistemas de comunicación. De ésta manera se hace necesario promover y encauzar una activa participación social, a través de la creación de condiciones adecuadas para fomentar las organizaciones de base.

Cabe enfatizar que la estrategia de participación popular se logra a través de una progresiva movilización social que trata de remover las estructuras sociales, económicas, políticas y culturales que le han obstaculizado en la búsqueda de un verdadero desarrollo integral.

Según Utréras, la participación opera en distintos niveles:

1.- Producción: La participación implica la oportunidad a que la gente produzca sus programas, mensajes y tenga acceso a ayuda profesional; a disposición de la comunidad las facilidades técnicas y los recursos de producción.

2.- Toma de decisiones: La participación significa que la comunidad se involucre en la decisión de cómo será la programación (contenido, duración de los programas, horarios, etc.) y el control, manejo, administración y financiamiento de las organizaciones de comunicación.

3.- Planificación: La participación comprende el derecho de la comunidad a la formulación de planes y políticas para las entidades de comunicación y, formulación de planes de comunicación nacional, regional y local.

La participación implica un alto nivel de involucramiento de la comunidad, es un proceso integral y dinámico que se ajusta a los momentos históricos que vive cada país y existen varias formas o técnicas que estimulan la participación en las radios comunitarias, entre éstas se tienen: el noticiero popular, el sociodrama, los concursos populares, etc.

Por su parte CEDECO-CEDEP (1989), manifiesta que la comunicación popular implica la gestación de relaciones interpersonales e intergrupales que permite mayores niveles de participación en el proceso de comunicación ya que se permite a los sectores populares que expresen su cultura, su historia, su realidad, sus luchas desde una situación de pertenencia cultural, histórica y social; y la comparten y socializan en la perspectiva de legitimar nuevas formas de vida. Consideran que la participación en el trabajo comunitario está de la mano con otros recursos como festividades comunicativas, teatro popular, sociodramas,, etc.,

donde los niveles de participación del pueblo son significativos y donde se logra motivar a participar a cantidades importantes de personas de las comunidades.

Es importante que se haga comunicación partiendo de la participación de la gente, de su práctica cotidiana, de aquello en que la comunidad o el pueblo está involucrada; porque es necesaria la participación de la gente en la comunicación para llegar a una organización, a la unión de la comunidad.

Mario Kaplún (1988) expone que los hombres y pueblos de hoy se niegan a seguir siendo receptores pasivos y ejecutores de órdenes. Sienten la necesidad y exigen el derecho de participar, de ser actores, protagonistas en la construcción de la nueva sociedad auténticamente democrática. Reclaman el derecho a la participación y por lo tanto a la comunicación. Los sectores populares no quieren seguir siendo solo oyentes, quieren hablar y también ser escuchados.

Para que nuestros medios sean eficaces desde una perspectiva popular-participativa, además de cambiar los contenidos de los mensajes, es necesario cambiar todo el estilo, todo el

sentido de la comunicación.

Hay necesidad de crear medios abiertos al diálogo, medios que generen participación, medios donde la comunicación pueda expresarse, decir su palabra y no simplemente escuchar.

Si es posible imaginar mensajes elaborados completamente por toda la comunidad, aunque siempre será necesario un equipo responsable, un grupo encargado que asuma la producción; pero si este equipo es creativo y en lugar de sentirse emisores exclusivos y privilegiados, se sitúan como facilitadores, como animadores y organizadores de la comunicación, pueden encontrar formas y caminos para que los medios vayan generando un diálogo cada vez más compartido, y se vayan haciendo gradualmente más y más abiertos a la participación de sus destinatarios.

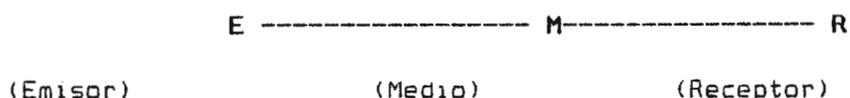
Entre las formas que motivan a la participación están los periódicos populares, el teatro popular, el sociodrama, programas radiales hechos con y por la comunidad, entrevistas, etc. Y a medida que el medio se va relacionando con la comunidad, ésta va sintiéndolo suyo, se va viendo reflejada en ellos y la apatía e indiferencia, de la gente al medio, va superándose poco a poco. La gente participa de una u otra forma porque siente que esos medios lo expresan y, como sienten que lo expresan participan. El primer requisito para que la comunidad comience a involucrarse en la

comunicación, es que no vea lejanos y ajenos los mensajes que se le proponen, sino que los sienta suyos propios; que se reconozca en ellos, por lo que, se hace necesario crear medios populares que permitan la libre participación, generen diálogos en las comunidades para ayudar a su desarrollo y es así como surgen las radios comunitarias.

Para José Ignacio López Vigil (1988), las Radios Comunitarias en América Latina responden al modelo de comunicación popular, en el que el interlocutor o receptor tiene la misma posibilidad de difundir su mensaje en igual forma que lo hace el emisor, creando un proceso complejo de comunicación horizontal.

Según Ignacio López Vigil, la palabra que mejor define a la radio comunitaria es "democracia", creando su propia definición: "Radio Comunitaria o participativa es la aplicación del concepto político de democracia al campo de la comunicación", donde lo que se trata es democratizar la palabra para que no este concentrada en muy pocas bocas, en que los micrófonos y en general los medios de comunicación social no sean manejados por una minoría, como es costumbre.

Estos radios vienen a romper el esquema tradicional de la comunicación masiva de una sola vía:



Shannon, Weaver y otros autores (citados por López Vigil), presentaron este modelo con la modificación del "feed back" o "retroalimentación"; pero en esta fase el receptor participa sólo cuando se le pregunta o se hacen sondeos.

En el formato de Radio Comunitaria se trata de establecer otro esquema en el cual, Tomas Borge (citado por Vigil) define la comunicación como un concepto "democratizador y democratizador que implica una igualdad de relación entre el emisor y el receptor, que implica la posibilidad real de que el receptor pueda emitir mensajes, no solo escucharlos".

La radio comunitaria brinda la posibilidad real de que los radio-escuchas se vuelvan radio hablantes, donde el nuevo esquema es horizontal y de doble vía, donde no hay emisores y receptores sino que todos tienen la oportunidad de hablar y

escuchar.

EMISOR ----- RECEPTOR
 RECEPTOR ----- EMISOR

Según Manuel Morales (citado por Ignacio López Vigíl) " Medio de comunicación supone dos hablando , no uno. Supone comunicación en una dirección y respuesta en la otra dirección: supone diálogo". En este caso la radio deja de ser un aparato de distribución para convertirse en un medio de producción de mensajes y de intercomunicación de los mismos.

A partir de estos planteamientos, afirmaciones y características de la radio comunitaria, se puede observar quienes participan en este medio de radiodifusión. En la radio comunitaria participan los distintos sectores sociales (obreros, campesinos, estudiantes, indígenas, niños, etc.) ya que la radio es un medio masivo que tiene que abrirse a todos los sectores sociales sin distinción, sin discriminación.

Según López Vigil la radio comunitaria se hace desde varias formas para que sea popular, participativa, por ello para que los programas puedan ser hechos por el pueblo y desde el pueblo:

1.- Desde la calle.

Esto significa sacar los micrófonos a las comunidades, a la calle, al campo, a los barrios; al lugar donde esta la gente. No es tanto que el pueblo llegue a la emisora, sino que la emisora salga de sus cuatro paredes.

La radio comunitaria-participativa es una radio de exteriores. Estas radios tienen que diseñar una estrategia de participación popular y abarcar toda la zona de cobertura con sus comunicadores, logrando así que los microfonos lleguen a todos.

2.- Desde la realidad de la región.

Conocer y recorrer la región investigando la realidad de la comunidad a la que se trasmite para acomodar las metas del proyecto radiofónico a las condiciones objetivas de la región.

3.- Desde la cultura popular.

Conociendo y valorando las costumbres, los hábitos, creencias y religiosidad, etc. de la comunidad. Y a partir de esta cultura acomodar los horarios de programas, lenguaje, temas, estilos a la manera de ser de los radio oyentes. Esta investigación es participativa porque está hecha desde, con y para la comunidad.

4.- Desde la vida diaria de la gente.

La audiencia busca con la radio distraerse, descansar, alegrarse y también informarse. La radio comunitaria parte de los gustos populares, de lo que pasa en la vida diaria, de los casos y cosas de casa. Por ello, Ignacio López Vigil, considera que las programaciones de estas emisoras deben ser dinamizadas con sociodramas, programas de humor, deportes, música alegre, chistes, cuentos, etc.

La radio comunitaria que es participativa permite la libre participación de todos enriqueciéndose con la diversidad de opiniones y aportes que contribuyen a una comunicación productiva y educadora desde y en la comunidad.

Ignacio López Vigil afirma que la participación es " un estilo, un método, una concepción que atraviesa toda la programación de una emisora ", y propone cinco cambios fundamentales para saber como se hace la radiodifusión participativa:

1.- Contenidos.

Se trata de eliminar los antimensajes y antivalores que programan los medios de comunicación masivos, leyendo críticamente estos contenidos para producir creativamente nuevos contenidos que sustituyan a los otros.

2.- Lenguaje.

No basta con cambiar los contenidos, se necesita cambiar el fondo y la forma, haciendo radio popular con lenguaje popular. Reconociendo el lenguaje popular como sencillo, concreto, regional, inductivo y narrativo.

3.- Tono.

La radio comunitaria no da mensajes terminados, ni contenidos masticados, ni panfletos imperativos, ni noticias adjetivadas. Más bien usa un tono fraterno dando los elementos necesarios para que el radio-oyente saque sus propias conclusiones.

4.- Formatos.

La programación de la radio comunitaria debe ser ágil, balanceada y coherente.

5.- Emisor.

El emisor debe asumir el protagonismo de la comunicación, que tenga acceso a los micrófonos a través de: avisos, dramatizaciones, chistes, entrevistas, festivales de música regional, historias lugareñas, noticias (con corresponsales populares), etc.

En la radio comunitaria lo que predomina es la creatividad y por supuesto el deseo de participar. Sobre todo la

radio comunitaria debe serlo desde el colectivo de producción, cambiando la forma de producir los programas, no haciendo radio desde un local sino estando inmersos en la comunidad.

Se necesita, productores que sepan combinar la profesionalidad (el cómo) con la mística del trabajo (el porqué). Una radio comunitaria-participativa debe ir creando una amplia red de copresponesales populares y debe ir capacitandolos integralmente ya sea por los otros miembros que ya están capacitados o por las asociaciones de radio a las que pertenecen. El colectivo de producción debe en conjunto planificar, producir, evaluar, capacitar y divertirse.

La radio comunitaria tiene sus propios objetivos. Es una verdadera estrategia de comunicación, es una concepción de la democratización de la palabra. Desde luego esta estrategia se desarrollará poco a poco, sin estridencias, en un proceso que debe ser cada vez más envolvente.

Se busca ganar audiencias, credibilidad (confianza de la población en la radio y de la radio en sus radio-oyentes); considerandose como más importante que la comunidad va educando a la comunidad. Entre los retos de las radios comunitarias está que el pueblo llegue a considerar suya la radio, que la ocupe como suya, y

la alimente haciendola más popular y con ello ayudando al fortalecimiento de su comunidad.

CAPITULO IV

METODO

A.SUJETOS.

Se trabajó la investigación con las radios comunitarias: Radio Suchitlán y Teo-Radio, por ser de las primeras radios comunitarias que se crearon en El Salvador, son de las que tienen más tiempo de estar al aire y cuentan con más experiencia.

Radio Suchitlán, está ubicada en la ciudad de Suchitoto, Departamento de Cuscatlán, situado a 44 Km. de distancia de San Salvador. El municipio de Suchitoto tiene una población aproximada de 13,000 habitantes que se dedican principalmente al cultivo de granos básicos, como también a la ganadería y al comercio.

Radio Suchitlán transmite de lunes a domingo de 5 a 9 de la mañana y de 4 a 8 de la noche, desde el Barrio La Cruz de Suchitoto, tiene una cobertura de 20 Km, llegando a todos los cantones del

municipio y a la parte sur de Chalatenango y Cabañas. Su frecuencia se localiza en el 92.3 del F.M.

Teo Radio, está ubicada en el municipio de Teotepeque, Departamento de La Libertad, situado a 80 Km. de San Salvador. El municipio de Teotepeque tiene una población aproximada de 4,000 a 5,000 habitantes; su gente se dedica a la siembra de granos básicos, pero su fuerte es la producción del bálsamo.

Teo Radio transmite de lunes a sábado de 4 a 6 am. y domingos de 4 am. a 1 p.m. De lunes a miércoles de 6 a 8 pm., de jueves a sábado de 3 a 8 pm. y domingos de 6 a 8 pm. Tiene una cobertura de 20 Km. a la redonda, llegando a todos los cantones del municipio y parte de Sonsonate. Su frecuencia se localiza en el 98 fm.

Toda la investigación se trabajó con 27 personas de las cuales 11 trabajan de forma voluntaria en las radios comunitarias: Teo Radio y Suchitlán y 16 eran personas que viven en las comunidades donde están ubicadas esas radios.

Para la aplicación de la hoja de registro y de control (ver apartado sobre instrumentos) se trabajó con la programación de todo un día de transmisión de Teo Radio y Radio Suchitlán.

Para la aplicación de la dinámica de grupo (Discusión de Gabinete, Técnicas participativas para la participación popular, pag. 2.33.) se trabajó con una muestra de 11 personas: 8 de Teo-Radio y 3 de Radio Suchitlán de diversas edades. Tres eran del sexo femenino y 8 del masculino. Todos trabajan de forma voluntariada con las radios.

Para la aplicación del sondeo de opinión de audiencia (ver apartado sobre instrumentos) se trabajó con una muestra representativa de 16 personas entre niños, jóvenes, adultos y ancianos, escogidos al azar en los municipios de Teotepeque y Suchitoto; 8 eran del sexo femenino y 8 del sexo masculino, con edades promedio de 6 a 76 años.

B. INSTRUMENTOS Y TECNICAS.

1.- HOJA DE REGISTRO Y DE CONTROL.

1.1.- La hoja de registro y de control elaborada consta de una serie de aspectos por medio de los cuales se recogió información sobre los tipos de formatos, lenguaje, música, noticias, anuncios que transmiten las radios comunitarias, etc. (ver anexos #1 y 2).

1.2. Características de la hoja de registro y de control.

a) El contenido de los aspectos registrados reflejan las características particulares que distinguen a las radios comunitarias.

b) La distribución de los aspectos registrados se hizo por cada programa con el fin de obtener un total durante la transmisión de todo un día.

c) La información obtenida por medio de la hoja de registro y de control no fue la que expresaron los que trabajan en las radios comunitarias sino lo que demostraron los programas por sí solos.

1.3. Forma de aplicación de la Hoja de registro y de control.

Se llenó una hoja de registro por cada una de las radios bajo estudio. esto estuvo a cargo de los investigadores.

1.4. Validez y Confiabilidad.

a) Validez.

Para la obtención de la validez de la hoja de registro y de control se procedió de la siguiente manera:

* La hoja de registro y de control fue sometida a una evaluación, la cual fue realizada por un experto al que se le solicitó que evaluara el contenido y la forma.

* Con base a las sugerencias formuladas por el experto se llevó a cabo una reestructuración de toda la hoja. Esto ayudo a obtener una información más específica.

b) Confiabilidad.

La obtención de la confiabilidad se realizó de la siguiente manera:

La información obtenida con la hoja de registro y de control se analizó de acuerdo a los criterios establecidos por Ignacio López Vigil (1988), sobre objetivos y características de las radios comunitarias (ver Marco Teórico); luego se procedió a hacer una comparación con los resultados de la dinámica de grupo y el sondeo de opinión de audiencia.

2. DINAMICA DE GRUPO.

2.1. La dinámica de grupo consistió en una sesión de preguntas (ver anexo #3), en la cual grupos de tres personas de las que trabajan en las radios comunitarias, reflexionaron y discutieron sobre la programación que tienen actualmente en su radio. La sesión era dirigida por dos investigadores.

La dinámica llamada "Discusión de Gabinete" (Vargas, L.- 1984) constaba de 12 preguntas en las cuales se exploró:

- La programación en general.
- El aspecto participativo dentro de la programación.
- El aspecto popular dentro de la programación.

2.2. Características de la Dinámica de Grupo:

a) La característica principal de esta técnica es que en su realización las personas de las radios comunitarias reflexionaron por sí mismos sobre la programación con la que actualmente están trabajando en la radio. Los investigadores tenían el papel de orientadores en esa discusión.

b) La información obtenida con esta técnica es la que expresaron los que están trabajando en las radios comunitarias.

2.3. Forma de aplicación de la dinámica de grupo.

Las sesiones tuvieron una duración de entre 60 a 80 minutos, luego se pasó a una plenaria que duró 15 minutos.

Los resultados se registraron escribiendo cada grupo las respuestas y resumiendo las conclusiones en papelógrafos.

2.4. Validez y Confiabilidad.

a) Validez.

Para la validación de la dinámica de grupos se procedió a lo siguiente:

- La guía de preguntas a discutir en la dinámica fue sometida a una evaluación, la cual fue realizada por un experto al que se le pidió que examinara: contenido, forma y lenguaje accesible a las personas que trabajaron la dinámica.

Con base a las sugerencias y recomendaciones formuladas por el experto se llevo a cabo una reestructuración de las preguntas.

- Corregida la guía de preguntas para la dinámica de grupo, se aplicó a una muestra piloto de cuatro personas de otras radios comunitarias que no estaban en estudio y que por lo tanto reunían características similares a las de la muestra final.

La prueba piloto sirvió para analizar la claridad y comprensión de las preguntas, y si la terminología empleada era apropiada, independientemente del nivel cultural de los sujetos.

- Con base a los resultados de la prueba piloto se reestructuraron nuevamente algunas preguntas para la dinámica.

b) Confiabilidad.

La obtención de la confiabilidad se realizó de la siguiente manera:

La información obtenida con la dinámica de grupo se corroboró con otras fuentes como: Hoja de registro y de control y el sondeo de opinión de audiencia.

3. SONDEO DE OPINION DE AUDIENCIA.

3.1. El sondeo de opinión de audiencia consta de 11 preguntas (ver anexos #4), que recogían información sobre los siguientes aspectos:

- Audiencia de la radio.
- Programación de la radio.
- El aspecto participativo de la radio y de la audiencia.

3.2. Características del sondeo de opinión de audiencia.

- a) La característica esencial de este instrumento era conocer y tomar en cuenta la opinión de los radio oyentes de las radios comunitarias sobre su programación.
- b) Descubrir si las radios comunitarias son escuchadas en su localidad.

3.3. Forma de aplicación del sondeo de opinión de audiencia.

El sondeo de opinión fue aplicado a una muestra representativa escogida al azar en los municipios donde están ubicadas las radios.

3.4. Validez y Confiabilidad.

- a) Validez.

La obtención de la validación del sondeo de opinión de audiencia se realizó de la siguiente manera:

- Las preguntas del sondeo se le dieron a un experto para que evaluara: contenido, forma y lenguaje accesible a las personas encuestadas.
- Con base a las sugerencias y recomendaciones formuladas por el experto se hicieron las modificaciones necesarias.
- Corregido el instrumento se aplicó a una muestra piloto de tres personas que reunían características similares a las de la muestra y demostró que el instrumento estaba claro y de fácil comprensión.

b) Confiabilidad.

La obtención de la confiabilidad se realizó de la siguiente manera:

La información obtenida con el sondeo de opinión de audiencia se corroboró con otras fuentes como: Hoja de registro y de control y la Dinámica de grupo.

C. PROCEDIMIENTO.

1. DESCRIPCIÓN DE LA EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

1.1. Contactos Institucionales.

1.1.1. Cooperación de Radios Comunitarias.

a) Se estableció contacto con la Corporación de Radios Comunitarias de El Salvador, a la que están afiliadas las Radios Comunitarias bajo estudio, representada cada una por su director.

b) Se les explicó la naturaleza, objetivos y beneficios de la investigación.

Esto se logró mediante varias entrevistas con los miembros de la corporación, en los cuales se les dió a conocer el carácter de la investigación.

1.1.2 TEO-RADIO.

A) Se estableció contacto con la directora de esta radio y por medio de su persona se tuvo acceso para la aplicación de los instrumentos y técnica.

B) Se realizó una visita previa a Teo-Radio donde se tuvo la oportunidad de conocer al personal, dándoles una descripción completa y sencilla sobre la naturaleza, objetivos y posibles beneficios de la investigación, con el fin de contar con la aprobación y colaboración de estos.

1.1.3. RADIO SUCHITLAN.

A) Se estableció contacto con el director de esta radio y por medio de su persona se tuvo acceso para la aplicación de los instrumentos y técnica.

B) Se realizó una visita a Radio Suchitlán, donde se conoció solo parte de su personal, al cual se le explicó de manera completa y sencilla la naturaleza, objetivos y posibles beneficios de la investigación, con el propósito de contar con la aprobación y colaboración de éstos.

1.2. FASE I. APLICACION DE LA HOJA DE REGISTRO Y DE CONTROL.

1.2.1. APLICACION DE LA HOJA DE REGISTRO Y CONTROL EN TEO-RADIO.

A) Se fue al local de Teo-Radio para presenciar personalmente la transmisión de un día de programación.

B) Se grabó la transmisión, previa autorización de los miembros de Teo-Radio, y el total de horas de transmisión a anotar en la hoja de registro y de control fue de 8 horas.

C) Se creó un ambiente de confianza con los miembros de Teo-Radio para que en el momento de grabar, cuando estuvieran transmitiendo, trabajaran y actuaran como siempre lo hacen.

D) Como no fue posible grabar la transmisión de un solo día, se grabó la transmisión de la programación de un viernes por la tarde y un sábado por la mañana, completandose así un día total.

E) El llenado de la hoja de registro y de control fue de dos formas:

* Al momento de estar presenciando la transmisión se llenó parte de la hoja, anotandose todos los aspectos que se presentaban y que estaban bajo estudio.

* Se completó el llenado de la hoja de registro, en días subsiguientes, fuera de la radio, escuchando solo las grabaciones que se tenían de la transmisión.

1.2.2. APLICACION DE LA HOJA DE REGISTRO Y DE CONTROL EN RADIO SUCHITLAN.

A) Se fue al local de Radio Suchitlán para presenciar personalmente, por unas horas, la transmisión de la radio.

B) Se grabó la transmisión de la programación, previa autorización de los miembros de Radio Suchitlán, siendo 7 el total de horas registradas en la hoja.

C) Se trató de crear un ambiente de confianza con los miembros de Radio Suchitlán para que en el momento de grabar su programación, trabajaran como es rutinario.

D) Como no fue posible grabar la transmisión de un solo día se tuvo que grabar la transmisión de la tarde de dos días distintos.

E) El llenado de la hoja de registro y control, no se hizo presenciando la transmisión en vivo de la radio sino que se llenó escuchando las grabaciones que se hicieron.

1.3. FASE II. APLICACION DE LA DINAMICA DE GRUPO.

1.3.1. APLICACION DE LA DINAMICA DE GRUPO EN TEO-RADIO.

- A) Antes de iniciar la dinámica se les explicó el propósito de esta técnica.
- B) Una vez reunidos los miembros de Teo_Radio que participarían en la dinámica, se dividió a las personas en dos grupos de cuatro miembros cada uno.
- C) Los grupos formaron un círculo respectivamente y se les entregó la guía de preguntas (ver anexos) con diferente numeración: En un grupo las preguntas estaban enumeradas del 1 al 12 y en el otro grupo el orden se invirtió. Esto con el propósito que si por algún motivo no alcanzaba el tiempo para contestarlas todas, los investigadores siempre contarían con las respuestas de todas las preguntas.
- D) Posteriormente se nombró un secretario en cada uno de los grupos, cuya función fue leer las preguntas de la guía y escribir las distintas respuestas y conclusiones del grupo.
- E) Luego se inició una discusión grupal, cuya meta era lograr que todos los del grupo opinaran, discutieran y obtuvieran una conclusión que respondiera a todas las preguntas. Esta fase tuvo una duración de 60 minutos.
- F) Después se conformó la plenaria en la que cada grupo expuso durante 5 a 10 minutos el resultado obtenido en su trabajo, auxiliados con un resumen escrito en papelografos. A partir de esto se generaron pequeñas discusiones en las cuales todos los participantes profundizaron en las respuestas dadas por sus compañeros.

G) El secretario de cada grupo entregó las respuestas por escrito a los investigadores.

1.3.2. APLICACION DE LA DINAMICA DE GRUPO EN RADIO SUCHITLAN.

A) Antes de comenzar la dinámica de grupo, hubo necesidad de explicar a los participantes la naturaleza y objetivos de la investigación.

B) Se trabajó con un grupo formado por tres miembros de Radio Suchitlán.

C) Se entregó la guía de preguntas de la dinámica de grupo.(ver anexos).

D) Los miembros nombraron un secretario cuya función fue leer las preguntas y escribir las respuestas y conclusiones a las que se llegaba en el grupo.

E) Luego iniciaron una discusión grupal en la que discutieron, opinaron y concluyeron dándole respuesta a las preguntas. Esta fase duró 60 minutos.

F) El secretario del grupo entregó por escrito las respuestas a los investigadores.

G) Como en este caso no se pudo realizar una plenaria completa, es decir, con discusión, se procedió a replantear verbalmente algunas preguntas donde las respuestas no estaban claras o se necesitaba que profundizaran más.

1.4. FASE III. APLICACION DEL SONDEO DE OPINION DE AUDIENCIA.

1.4.1. APLICACION DEL SONDEO EN TEO-RADIO.

A) En este sector se encuestó a 8 personas escogidas al azar: cuatro eran del sexo femenino y cuatro del sexo masculino, entre ellos dos niños, dos jóvenes, dos adultos y dos personas de la tercera edad. Esto con el propósito de abarcar todos los tipos de audiencia.

B) La aplicación del sondeo de opinión de audiencia se realizó en cantones y barrios del municipio de Teotepeque, tratando de escoger una persona distinta en cada barrio o cantón.

C) Los encuestadores iban formulando verbalmente las preguntas y en algunas de ellas se le explicó con mayor detalle a las personas, y en otras se insistió para que profundizaran en el porqué de las respuestas.

D) Todos los datos proporcionados por los encuestados se registraron por escrito.

E) La encuesta a cada persona duró aproximadamente de 1 a 6 minutos.

1.4.2. APLICACION DEL SONDEO EN RADIO SUCHITLAN.

A) En este sector se encuestaron a 8 personas escogidas al azar: 4 eran del sexo femenino y 4 del sexo masculino: dos niños, dos jóvenes, tres adultos y uno de la tercera edad.

B) La aplicación del sondeo de opinión de audiencia se realizó en cantones y barrios de suchitoto, escogiendose 1 o 2 personas en cada barrio o cantón

C) Los encuestadores iban formulando las preguntas y algunas de ellas se explicaron detalladamente para facilitarles las respuestas.

D) Todos los datos proporcionados por los encuestados fueron registrados por escrito.

E) La encuesta duró aproximadamente de 1 a 6 minutos.

1.5. PROBLEMAS Y LIMITACIONES.

1.5.1. TED-RADIO.

* Un problema en esta radio fue los cortes de energía eléctrica, que influyeron en el llenado de la hoja de registro y en las grabaciones de la transmisión; esto se refiere a que en la ocasión de visitar la radio con ese objetivo, la energía fue interrumpida, impidiendo grabar la programación en su totalidad, teniendo que completarla otro día, una semana después.

* Otro problema de orden ambiental que se presentó en esta radio fue durante la aplicación de la dinámica de grupo ya que se realizó en el local de la radio, el cual está en proceso de reconstrucción lo que implicaba la presencia de muchas personas trabajando y

provocando ruidos ensordecedores que impedían la concentración de los participantes. A la vez influyó en el tiempo, ya que varios de los miembros de la radio estaban colaborando en las reparaciones y su tiempo estaba limitado.

* La discusión de la plenaria no se pudo grabar por falta de energía eléctrica, ya que se utilizaría una grabadora a la cual se le adaptaría un micrófono para obtener mayor nitidez en el sonido.

* Otro problema de orden ambiental se presentó durante el sondeo de opinión de audiencia ya que éste se realizó bajo la lluvia que azotó esos días a Teotepeque. Esto dificultó en cuanto a tiempo ya que los caminos estaban resbalosos.

1.5.2. RADIO SUCHITLAN.

A) Uno de los problemas que se presentó en esta radio se dio el día en que se había dispuesto aplicar el primer instrumento (hoja de registro y control), ya que existió dificultad de entendimiento y desconfianza por parte de un miembro de radio suchitlán. Esto se debió a falta de comunicación por parte del director, ya que el joven desconocía completamente el objetivo de la investigación. Esto fue ajeno a nuestra voluntad ya que se había visitado meses y días atrás la radio con el fin de conocer a su personal y

explicarles el proceso, pero en esas visitas no se encontraba ese elemento y sus compañeros no se lo hicieron extensivo. Entonces se optó por explicarle (a él) detalladamente toda la investigación pero como no se le notó ningún cambio se optó por retirarse del lugar y llegar otro día cuando estuviera el director de la radio.

Se regresó otro día pero tampoco se pudo comenzar con las aplicación de los instrumentos debido a que el director de la radio propuso que se regresara la siguiente semana para que se le diera tiempo de reunir a todo el personal y que estuvieran presentes el día de la visita de los investigadores.

Este problema tuvo como consecuencia retraso en el tiempo que se había programado para la aplicación de los instrumentos y la técnica, pero a la vez sirvió para contactar con la radio de Zaragoza y tenerla como alternativa por si acaso con radio suchitlán no se podía trabajar.

* También en esta radio existió el problema de los cortes de energía eléctrica durante la transmisión destinada a aplicarle la hoja de registro y control, por lo que sólo se grabaron siete horas sin presenciar la programación en su totalidad.

* En radio suchitlán, a pesar de realizar muchas visitas, fue imposible reunir a todo el personal para la aplicación de la

dinámica grupal y se trabajó finalmente solo con tres personas de las 6 que constituyen la radio. Esto imposibilitó la realización de la plenaria por falta de otro grupo para la discusión.

2. DISEÑO DE LA INVESTIGACION.

Para la presente investigación se recolectó la información por tres vías:

- Hoja de registro y de control.
- Dinámica grupal.
- Sondeo de opinión de audiencia.

La información obtenida mediante la dinámica grupal se sometió a un análisis cualitativo, mientras que la información obtenida mediante las otras vías fue sometida a un análisis cuantitativo. (ver figura #1).

La hoja de registro y de control fue llenada con base a la transmisión de un día de programación de cada radio.

En las dinámicas grupales participaron 11 personas y 16 en el sondeo de opinión de audiencia.

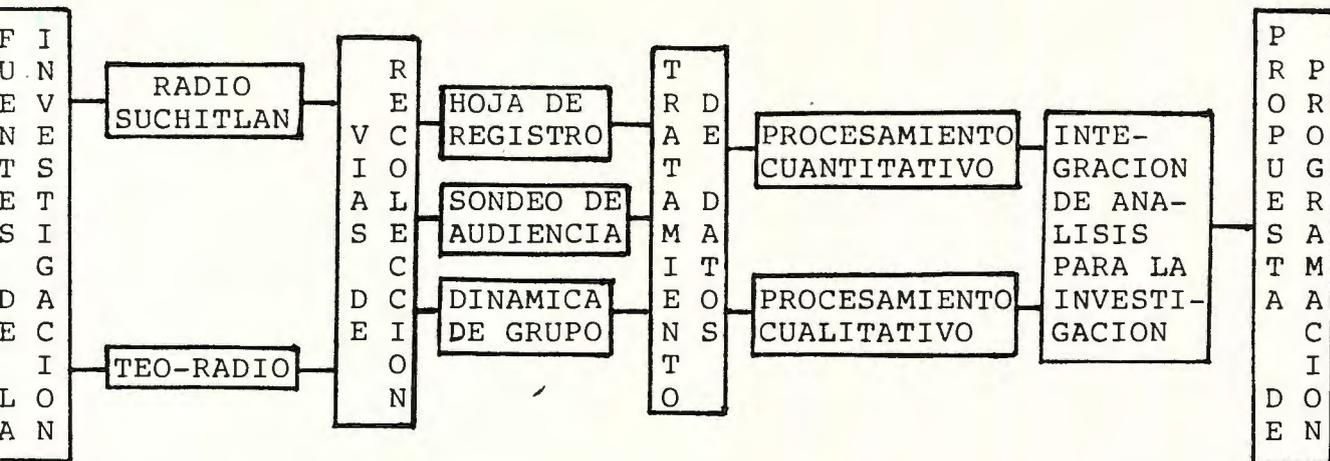


figura #1

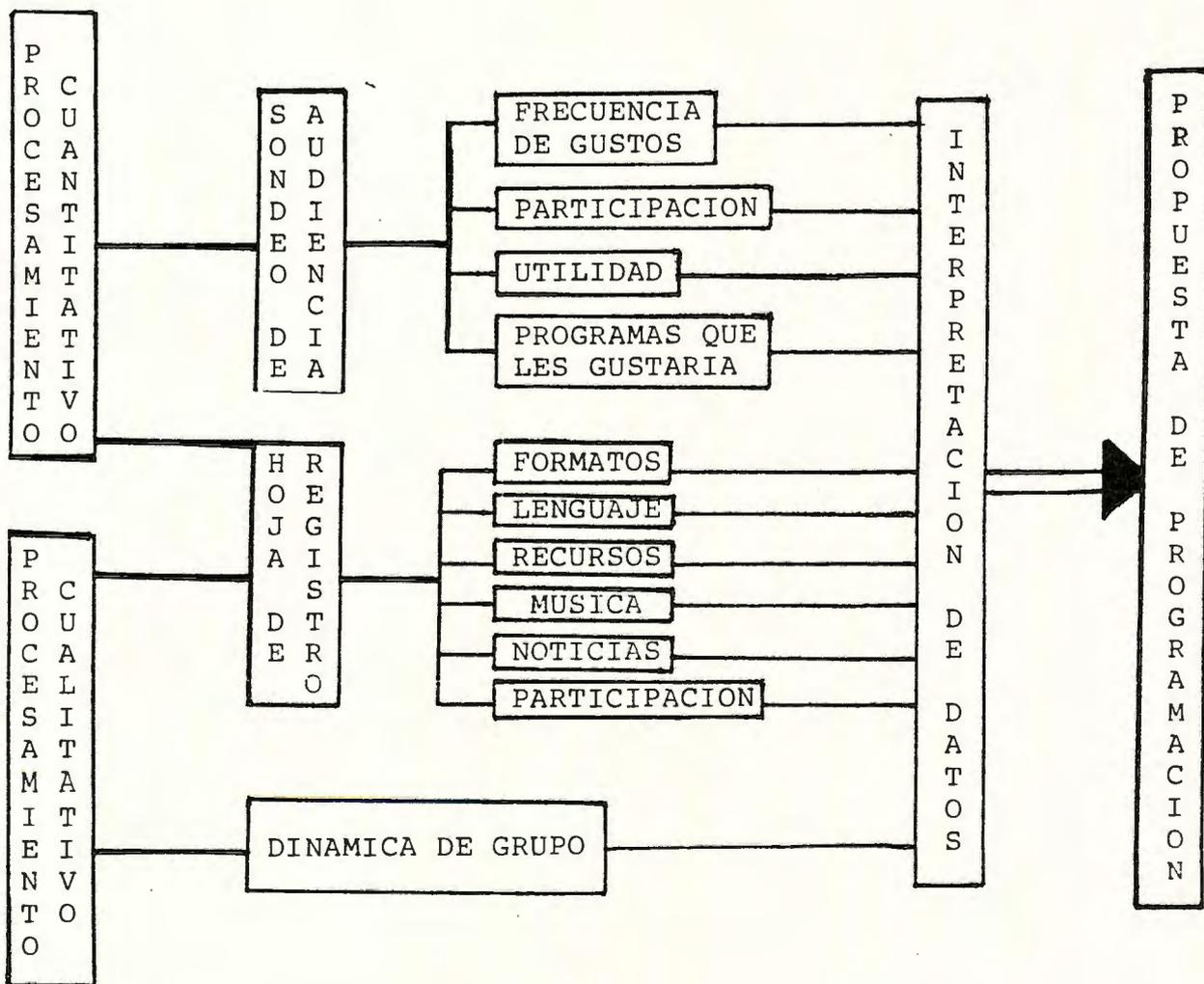


figura #2

En cuanto al procesamiento de datos, se realizó de la siguiente manera (ver figura #2). Los dos instrumentos y la técnica se procesaron en forma cualitativa y cuantitativa.

CAPITULO V.

ANALISIS DE RESULTADOS

A. SITUACION GENERAL DE LAS RADIOS COMUNITARIAS.

En las Radios Comunitarias donde fueron aplicados los instrumentos, la muestra estaba compuesta por hombres y mujeres que viven en su mayoría en la zona rural dedicándose a las labores agrícolas y domésticas. Su trabajo en las radios comunitarias es de carácter voluntario, es decir, sin recibir un sueldo a cambio.

La mayoría de colaboradores tiene un bajo nivel de escolaridad, a lo sumo un sexto grado; pero a pesar de no contar con un nivel académico medio han recibido capacitaciones en educación no formal promovidas por organismos no gubernamentales a los cuales

también ellos pertenecen como, el C.C.C.: Comunidades Cristianas Campesinas y el C.R.C.: Comité de desarrollo económico y social de Suchitoto.

La mayoría de colaboradores voluntarios de las Radios Comunitarias son militantes o simpatizantes del partido Frente Farabundo Martí para la liberación Nacional, F.M.L.N.

B. PRESENTACION DE DATOS.

En el presente análisis se describen a través de tablas, los resultados del consolidado de las dos radios comunitarias en estudio, en los dos instrumentos aplicados. Cabe resaltar que la utilidad de la técnica aplicada fue confirmar algunos elementos, así como enriquecer el análisis.

El número de personas encuestadas fue 16 y los porcentajes presentados se calcularon por medio de una regla de tres simple, donde el 100% equivale al total de encuestados, por ejemplo:

$$\begin{array}{r} 16 \text{ -----} 100\% \\ 7 \text{ -----} x \end{array}$$

1. CUADRO SINTETICO DE RESULTADOS DEL SONDEO DE OPINION DE AUDIENCIA.

APARTADO # 1		
Razones del porqué escucha las radios com- unitarias.	FRECUENCIA	%
Por la música	7	44%
Por los programas	3	19%
Por que informa	1	6%
Por que otros la escu- chan.	1	6%
No respondieron	4	19%
APARTADO # 2		
Nivel de parti- cipación.		
Ninguna Partici- pación.	13	81%
Por iniciativa de la gente.	2	13%
Por iniciativa de la radio.	1	6%
APARTADO # 3.		
Porqué es útil la Radio Comunitaria.		
Por avisos, saludos , anuncios.	6	38%

Como entretenimiento.	5	31%
Para informarse.	1	6%
No respondieron	4	19%
APARTADO # 4		
Programas que les gustaría.		
Football	3	19%
Radio Novelas	2	13%
Más musica.	2	13%
Recetas de cocina	1	6%
Educativos	1	6%
No respondieron	7	44%

Los datos presentados en el cuadro anterior nos indican importantes resultados. Entre ellos podemos observar que una de las razones porque es escuchada la Radio Comunitaria es por la musica que programan, mostrándonos que existe un mayor interés por divertirse que por informarse ya que los porcentajes son menores en los aspectos de formarse e informarse.

Un rasgo que llama la atención es que el 81% de encuestados (apartado #2) no ha tenido ninguna participación con la radio, con lo cual podemos interpretar, que puede ser que hasta el momento no existen estrategias que busquen incrementar la participación comunal en la programación, incluso los miembros de la radio afirman que solamente se lanzan invitaciones ocasionales a visitarla. Es evidente que las personas no llegan a la radio. Una de las pocas vías de participación es el envío de correspondencia, avisos, saludos, anuncios y llamadas telefónicas

En cuanto a la utilidad que prestan las Radios Comunitarias, se podría considerar como valiosa, ya que brinda información de carácter comunal, a través de avisos, saludos, etc. En este mismo apartado (#3) se reafirma que el aporte de las radios comunitarias es valioso, porque cumple con la función de entretenimiento, siendo esta una de las características de la comunicación comunitaria.

En los apartados que van del #3 al #6 el universo fue la sumatoria de todos los elementos del apartado. Por ejemplo.

100 % ---- 99 = total de recursos

x --- 65 = total de cuñas programadas

$x = 65/100 - 99 = 66\%$

APARTADO # 1		
FORMATOS	FRECUENCIA	%
Monólogos	11	92%
Personificaciones	1	8%
APARTADO # 2		
LENGUAJE		
Refranes, dichos, frases populares.	11	92%
APARTADO # 3		
RECURSOS		
Cuñas	65	66%
Enlatados	33	33%
Jingles	1	1%

APARTADO # 4		
MUSICA		
Latinoamericana	142	84%
Nacional	23	13%
En Inglés	3	2%
Comunal	1	0.5%
APARTADO # 5		
NOTICIAS		
Comunales	0	-
Regionales	0	-
Nacionales	16	100%
Latinoamericanas	0	-
APARTADO # 6		
PARTICIPACION		
Directa en los programas.	0	-
Por correspondencia.	57	91%
Llamadas Telefónicas.	5	8%

Retomando los datos, en el uso de formatos existe una gran saturación del monólogo, esto probablemente esté incidiendo negativamente en la calidad de la programación porque aumenta las posibilidades de caer en el aburrimiento, debido a lo monótono de este formato, el cual consiste en una sola persona locutando por el micrófono. Una constante frecuente en el aspecto de formatos es que no se utiliza la variedad existente y esto como lo afirman los miembros de las radios se debe a que no todos asisten a las pocas capacitaciones en el área radial por motivos diversos.

" ... solo por medio de personajes y locutor porque no todos podemos hacerlos y porque la gente nunca tiene tiempo para grabar un sociodrama..."(Miembro de Radio Comunitaria.1994)

" ...es más práctico y así entiende mejor la audiencia y cuando hay capacitaciones, no todos los colaboradores tienen tiempo y dinero para asistir..."(Locutor de Radio Comunitaria, 1994)

Un aspecto positivo dentro de la programación radial es el buen uso del lenguaje popular(apartado #2) como frases, dichos, refranes, etc.- Esto se debe a que los conductores de los programas son de la misma comunidad y por ello reflejan un vocabulario sencillo, concreto, regional que podría decirse que va creando un tono familiar. De esta forma se fortalece otra característica de la comunicación popular, que según mencionaba López Vigil se hace partiendo de la misma cultura popular.

Existe un adecuado uso de cuñas y enlatados producidos por otras radios y asociaciones de países latinoamericanos (apartado #3) que trabajan con Radios Comunitarias, así mismo las radios comunitarias producen sus propias cuñas, aunque en menor número. "...para la grabación de cuñas también nos apoyamos en niños u otras personas..." (Colaborador de Radio Comunitaria, 1994)

En el apartado # 4 se puede observar que la mayoría de música que se programa en las Radios Comunitarias proviene de los países latinoamericanos, predominando los generos: cumbia, ranchera, rock, romantica, contestataria, etc. Podemos observar que es casi nula la programación de música comunal, probablemente porque hasta el momento no existe una estrategia para hacer un rescate artistico-cultural de las propias comunidades.

Con respecto a la información, las noticias que predominan son las nacionales, pero vale aclarar que gran parte de ellas se transmiten a través de un enlace con la Radio Farabundo Martí o con resúmenes de acontecer nacional de la semana publicados por algunos organismos, como la " Universidad Centroamericana José Simeón Cañas" (UCA).

Existe una ausencia de noticias comunales probablemente porque no cuentan con una red de reporteros o colaboradores destacados en los diversos cantones o comunidades; con esto se reafirma que la participación de los interlocutores en la programación es reducida.

En el último apartado de la tabla encontramos que la participación de la audiencia en la programación se encuentra en un nivel incipiente reduciéndose a envíos de correspondencia y algunas llamadas telefónicas.

CONCLUSIONES

ResumiendopodríamosdecirquelasRadiosComunitarias cuentan con una programación poco balanceada ya que existe una sobrecarga de programas de entretenimiento, reduciéndose a música, con el agravante que no hay criterios para la selección de canciones. Hay un abuso del formato monólogo; esto acarrea consecuencias, es tedioso, aburrido y no sólo para el oyente sino también para el que locuta o conduce un programa.

El objetivo de con el que fueron creadas no lo están cumpliendo ya que las programaciones para que sean populares deben combinar bien los programas educativos, informativos, y los de entretenimiento, combinando los recursos de opinión con los dramatizados.

No existe una combinación de temas que aborden aspectos políticos, sociales, culturales, económicos, y los pocos que programan son tratados con poca profundidad y son más de carácter informativo.

En cuanto a la agilidad de su programación, no existe una estructura orgánica que permita impulsar un proceso de planificación y evaluación sistemática de los programas para detectar logros y fallas. A lo sumo llegan a reuniones donde se evalúa de forma esporádica e informal las programaciones. Es así como tampoco hasta el momento se ha realizado ninguna investigación del impacto de los programas en la audiencia.

De esta forma podemos afirmar que no poseen una programación coherente, debido a su énfasis en el entretenimiento y poco impulso de la información, como de la formación.

RECOMENDACIONES

- _ Es prioritario reorientar y poner en práctica el enfoque de la Comunicación Popular en la programación de las Radios Comunitarias, mediante una evaluación de sus programaciones actuales.

- _ Es necesaria la existencia de una persona que asesore de forma técnica, organizativa y metodológica a cada Radio Comunitaria.

- _ Crear una estructura organizativa funcional y representativa de todos los que trabajan o colaboran en las radios, para que sea ésta quien conduzca " El ser y Quehacer de las radios ".

- _ En cuanto al aspecto formativo de los conductores y colaboradores, debe cualificarse a través de un plan de formación y capacitación sistemática para que se puedan desarrollar programas que respondan a las necesidades y aspiraciones históricas de las comunidades.

_ Estudiar estrategias para vender espacios comerciales que hagan de las radios un medio rentable y autogestionable. Esta labor puede ser realizada por el mismo director de la radio con la colaboración del tesorero, visitando las tiendas y/o negocios de la comunidad. Abarcando incluso el área del alcance de la radio.

_ Se debe mejorar la calidad de los programas ya existentes en lugar de aumentar el número; esto por varias razones:

- Es un número limitado de voluntarios.
- Es imperioso mejorar los niveles de participación en la programación haciendo énfasis en el impulso de formatos más dinámicos donde exista humor, como por ejemplo: El Drama.

_ Utilizar variedad de formatos en la transmisión, como: Comentario, Entrevista, Reportaje, Tertulia (personas dialogando amistosamente, es más ameno), Charla, Charla ilustrada, canciones dramatizadas, cartas dramatizadas, Programas Musicales, Revistas, Personificaciones, etc.

_ Impulsar programas informativos que promuevan la crítica y creatividad en los radio-oyentes; esto sólo será factible si se

promueve una red de reporteros comunales, que saquen los micrófonos a la calle y se encuentren con los trabajadores y campesinos ahí donde viven y están.

_ Crear una estrategia de participación que alcance toda la zona de cobertura con grabadoras, llegando a caballo, en carro, a pie, etc. haciendo que los micrófonos lleguen a todos.

_ Hacer un diagnóstico investigativo de la zona de cobertura para detectar con profundidad que tipo de población está escuchando la radio, como también sus intereses y gustos para hacer realista el trabajo y que éste sea efectivo.

_ Observamos que los programas musicales son los más escuchados, aprovechar esto incluyendo canciones comunales o regionales.

_ Hacer festivales de música, de cuentos, concursos de poesía, que ayuden a rescatar valores existentes y potenciar otros de la comunidad, esto incrementaría la participación de la audiencia en las programaciones.

_ Incluir cuñas promocionales que identifiquen otros programas de la radio, diciendo sus días y horas de transmisión para que la gente los identifique.

_ Abrir programas con invitados especiales que la gente quiera conocer o, en el caso de la música, que quieran escuchar todos sus éxitos.

_ Vitalizar los programas educativos haciendolos más atrayentes, con otros formatos o potenciando la música dentro de éstos.

_ Planificar reuniones periódicas de evaluación para poder analizar en contenido y forma la programación radial.

_ Acordar con los directores de las radios, fechas de capacitaciones sobre enfoques de Comunicación Popular, programación y formatos participativos, los cuales serán impulsados por las investigadoras en los meses de Diciembre y Enero.

_ Fomentar la coordinación inter-institucional a nivel comunal, nacional e internacional.

_ Debe impulsarse el área de investigación buscando asesoría con instituciones que ya cuentan con experiencia en la investigación de programas radiales.

_ Apoyarse en estructuras gremiales, estudiantiles, anivel comunal e intercomunal para enriquecer los programas radiales.

CAPITULO VII

PROPUESTA

A continuación presentamos una propuesta técnica que será útil tanto a los miembros de las Radios Comunitarias como a cualquier persona interesada en capacitar o capacitarse en algunos principios básicos de la Comunicación Popular.

La propuesta incluye técnicas básicas para un archivo radiofónico; estudio de los distintos formatos radiofónicos; el perfil de los radiocomunicadores comunales; técnicas elementales de mercadeo; elementos de guionismo, producción radial; incluyendo un plan general de capacitación, en el cual se ha retomado uno de los temas anteriores, muchos de ellos tomados de algunos autores expertos en la materia, como Mario Kaplún.

* TECNICAS DE ARCHIVO RADIOFONICO.

- Qué es un archivo radiofónico?

Es el proceso en el cual organizamos y guardamos todo el material que se usa en la radio. Por ejemplo: Guardar todas las entrevistas que hacemos en el año.

_ Cómo se archiva?

En radio es importante tener dos tipos de archivo: el de documentos y el de grabaciones.

- En el archivo de documentos se guarda correspondencia, guiones de los programas, informes, recibos, formularios, etc.

- En el archivo de grabaciones podemos tener la grabación de la mayoría de los programas transmitidos.

_ Cómo se organiza un archivo?

a) Por Asunto: Clasificando las distintas clases de correspondencia o documentos por su contenido o tema que tratan.

Los papeles se separan en grupos de acuerdo al asunto, por ejemplo: guiones, avisos, saludos de cumpleaños, solicitudes de canciones, felicitaciones para la radio, recibos, etc.

b) Cronológicamente: Es decir por orden de fechas (Días, meses, años).

Por ejemplo: se hacen grupos de correspondencia recibida del 1 al 13 de Enero y otro grupo del 1 al 28 de Febrero.

c) Geográficamente: Es decir por el lugar desde donde nos llega la correspondencia. Por ejemplo:

Ordenamos en un sólo lugar los papeles recibidos de nuestra comunidad, en otro lugar los recibidos de San Salvador, etc.

- Para el archivo de grabaciones podemos seguir los siguientes pasos:

a) Grabar en cassettes los programas más importantes transmitidos en el día.

b) Se numeran todos los cassettes: cassette #1, #2, etc. y se escribe en las viñetas de cada lado lo que contienen.

c) En un cuaderno se va escribiendo la lista de cassettes con número y contenido.

_ Cuáles son las ventajas de archivar?

_ Para repetir algún programa.

- Por posibles reclamos.

_ Para hacer demostraciones a personas que están interesadas en escuchar nuestra programación.

- Para hacer un resumen a finales de cada año.

_ Para tener antecedentes de alguna noticia o tema que queremos retomar.

* FORMATOS RADIOFONICOS .

- Qué son los formatos radiofónicos?

Son técnicas o formas que sirven para desarrollar de mejor manera los contenidos que vamos a tratar en nuestros programas.

_ Por qué es importante que conozcamos los formatos?

Para hacer más dinámicos nuestros programas, más atrayentes, de forma que no sean tediosos o aburridos.

- Cuáles son algunos formatos radiofónicos?

- La Charla (Expositiva, creativa, testimonial).
- El Noticiero (formato noticia).
- La nota o crónica.
- El Comentario.
- El Diálogo (Diálogo didáctico, Radio Consultorio).
- _ La entrevista informativa.
- La entrevista indagatoria.
- El radio periódico.
- _ La radio revista (programas misceláneos).

- La mesa redonda (propiamente dicha y el debate o discusión).
 - El radio-reportaje (En base a documentos vivos, en base a reconstrucciones o relato montaje).
 - La dramatización (unitaria, seriada, novelada).
- Qué formatos podemos utilizar en nuestras radios?**

a) La Entrevista:

- Se puede definir como un diálogo basado en preguntas y respuestas.
- El entrevistador es la persona que trabaja o colabora en la radio; el entrevistado es alguien ajeno al medio, que, al responder, aporta una información, una opinión o un testimonio.
- Generalmente la entrevista es individual (a una persona), pero puede ser colectiva (a varios simultaneamente, por ejemplo, a los miembros de una cooperativa, etc.)
- Pueden ser grabadas y en directo (" en vivo").
- Un programa puede ser exclusivamente de entrevistas o también pueden formar parte de otros.

b) El Radio Reportaje.

Cumple una función informativa parecida al documental de cine o al artículo en prensa.

- El radio reportaje tiene que ser una presentación relativamente completa de un tema.
- Suele durar media hora o de 15 a 20 minutos.

- Se puede hacer en base a documentos vivos, es decir usando sonidos reales, entrevistas en la calle, breves opiniones de algunos especialistas.

- Es necesario escribir un guión y contar con un conductor o narrador que comentará y sacará las conclusiones.

- También puede ser un relato con montaje que sirve para presentar hechos históricos de los cuales se usan escritos, crónicas o discursos que son leídos por personas distintas al narrador. Utilizar música de acuerdo a la época en extractos o de fondo.

c) El Radio Drama.

Es el formato más activo y que más se acerca a la vida real.

- En lugar de un locutor narrando una historia, los personajes de la historia se animan y hablan por sí mismos, en las voces de los actores que los encarnan.

- La historia puede ser real o imaginaria.

- El oyente debe sentirse involucrado en la historia, identificado.

- El Radio Drama puede servir para plantear un problema, para mostrar un conflicto y enfrentar al oyente a una opción. También puede servir para vehicular un mensaje.

d) La Radio Revista.

Son varios programas hablados que pueden llamarse "misceláneos", en base a temas y secciones variados.

- Generalmente hay un conductor o pareja de conductores, lo cual da unidad al programa.
- Incluyen notas sobre modas, belleza, recetas de cocina, horóscopo, curiosidades, etc. Aunque se pueden incluir contenidos de mayor interés informativo.
- Alterna diferentes temas del momento y utiliza en sus secciones diversos formatos.
- Se intercala música y se trata que esta tenga relación con algunos de los temas tratados.
- Puede programarse una radio revista dirigida a una audiencia general; pero es mejor destinarla a un sector determinado.

e) La Nota.

Es la información amplia de un hecho, dada en un espacio de tres a cinco minutos.

- No incluye comentarios u opiniones personales, pero si ofrece detalles y antecedentes del hecho.
- Suministra al oyente elementos de interpretación para que se forme una idea más cabal del hecho; e incluso elementos de juicio.

f) El Comentario.

Es el formato radiofónico que contiene un análisis o una opinión acerca del hecho que se comenta.

- No solo da información, también orienta e influye en el radio oyente a favor de una interpretación del hecho.

* EL PERFIL DE LOS RADIO-COMUNICADORES POPULARES.

- Quien es un radio- comunicador popular ?

Es una persona común de la comunidad que tiene acceso a la radio por medio de la cual se puede dirigir a toda su comunidad.

- El Radio Comunicador es un emisor-receptor porque tiene la oportunidad de hablar y de escuchar.

- Es la voz de su comunidad.

- Qué se entenderá por perfil de los radio-comunicadores?

Es el conjunto de cualidades o características que tienen las personas que trabajan en las radios comunitarias. El radio-comunicador popular es:

-Desinteresado: Decir la verdad y anunciar la realidad en que vive su comunidad.

- No busca recompensa material.

- Comprometido. Tiene un doble compromiso: frente a su comunidad y con la radio.

-Responsable. No puede decir lo que quiera. Sus mensajes deben reflejar la verdad.

- Respeto profundo por el hombre: Habla, dialoga con sus hermanos los hombres. En el diálogo dicen en común sus ideas, problemas y soluciones.

- Respeto profundo por el hombre: Habla, dialoga con sus hermanos los hombres. En el diálogo dicen en común sus ideas, problemas y soluciones.
- Participa en las capacitaciones que se ofrecen para ir descubriendo los secretos del oficio.
- Sale de la radio a visitar las comunidades y ayuda en la selección y formación de otros radio-comunicadores populares.
- Debe ser apartidista cuando desempeña sus funciones. Propicia el cambio.
- Cuida de no dañar a otras personas y de no parcializarse.

*** TECNICAS ELEMENTALES DE MERCADEO.**

- Qué es el mercadeo ?

Son aquellas actividades que se pueden hacer para la mejoría económica de un negocio o una organización.

Para lograr la prosperidad económica es necesario plantear y promover servicios que se brindan a los clientes o posibles clientes.

- Cuáles son los pasos para una estrategia de mercadeo ?

a) Investigación: Hacer sondeos con la gente de la comunidad para investigar sus gustos, necesidades y expectativas para luego planear nuestros mensajes o trabajo.

b) Proponer o hacer diferentes ofertas en las cuales se pueda brindar los servicios de anunciar a través de la programación.

c) Negociación: En la negociación se contacta con los anunciantes, exponiendo tarifas y programación de sus cuñas publicitarias para llegar a acuerdos específicos.

d) Financiamiento: Obtención y utilización de fondos para cubrir los costos de operación.

e) Operación: Producción de cuñas.

f) Adaptación: Ajustar la programación a los gustos de la audiencia.

g) Aceptación: Los productores y el anunciante escuchan las cuñas y en un concenso las aceptan.

- Para qué sirve esta estrategia en nuestras radios?

Para obtener los recursos o ganancia que nos ayuden a cubrir las múltiples necesidades de nuestra radio, por ejemplo: el papel, cassettes, reparaciones de equipos, etc.- así como comisiones y estímulos en nuestro trabajo voluntario.

También puede servirnos para prestar un mejor servicio a social a la comunidad y para tener mayor presencia como radio, que podamos ser auto financiables.

*** TECNICAS ELEMENTALES PARA GUIONIZAR.**

- Qué es guionizar?

Es hacer un esquema detallado de lo que se habla, la música, los efectos sonoros y el momento en que se insertarán.

Las emisiones de radio no se improvisan (solo en algunos casos), se emiten sobre la base de un texto previamente escrito.

- Por qué es importante guionizar?

Porque ordenamos las ideas y medimos el tiempo. Es necesario escribir el material para que no nos sorprenda el final de nuestro programa sin desarrollar completamente el tema.

- Qué pasos debemos seguir en la guionización?

a) La documentación:

Tenemos que leer libros, periódicos, artículos o consultar a un especialista. Hacer una serie de notas o fichas con los puntos centrales del tema que nos proponemos desarrollar.

Reunir datos concretos, ejemplos ilustrativos, casos, hechos. Con esta información, seleccionada y ordenada, elaboramos un resumen que servirá para hacer el guión.

b) Selección de los contenidos.

Cuando se ha reunido y ordenado el material, lo primero es seleccionar; determinar con claridad cuál es el contenido, el mensaje central que se quiere comunicar.

c) La elaboración del esquema.

Escribir un breve desarrollo de las ideas principales. Por donde va a empezar; que se va a poner después, cómo se va a desarrollar el tema y cuál será la conclusión. Al hacer el esquema hay que asignar a cada parte o escena un determinado tiempo y comprobar si la suma total corresponde al tiempo total de que dispone el programa.

d) La Redacción.

- Redactar en un estilo coloquial, dirigiéndose a los oyentes como si conversara con ellos.

- Escribir escuchándose: tiene que sonar con naturalidad y espontaneidad. Escuche cada frase, pruebe cómo suena.

- Escribir escuchándose: tiene que sonar con naturalidad y espontaneidad. Escuche cada frase, pruebe como suena.

- Redactar bien: claro y seguro.

- Escribir para que los locutores puedan leer e interpretar.

- Usar muchas preguntas, así antes de hacer una afirmación, plantear una serie de preguntas, el oyente podrá seguir mejor el razonamiento.

- Hacer el comienzo original e interesante y el final vigoroso, breve, con frases cortas, concisas.

- e) Reescribir el guión varias veces y leerlo otras tantas, vigilando los objetivos trazados al escoger el tema.

- f) El libreto se diagrama a dos columnas: a la izquierda una pequeña y a la derecha la columna principal.

- Los nombres de los locutores o personajes, escritos en letras mayúsculas en la columna de la izquierda y a continuación, a la derecha, lo que el locutor o personaje debe decir.

- Cuando se desea indicar un espacio musical, se pone en la columna de la izquierda la palabra **control** y a la derecha la indicación correspondiente, en mayúsculas y subrayadas.
- Los sonidos se indican de la misma manera.

* TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN RADIAL.

- Qué son las técnicas de producción radial?

Son los pasos a seguir para hacer un programa radial. Es importante conocer cómo producir para saber que es lo que se necesita en la elaboración de un programa, para hacerlo ordenado, profesional y para darle a cada miembro que participa su función dentro de él.

- Cuáles son los pasos de la producción?

a) El copiado del guión:

- Debe ser copiado en forma nítida, con letra grande, a doble espacio y usando signos de puntuación.
- Se debe dejar bastante espacio al lado izquierdo de la página para que el director y técnico puedan hacer sus anotaciones.

- Debe hacerse tantas copias del guión como el número de personas que participan en el programa.

b) El Reparto:

- Debe haber un director del programa.

- El director tendrá la responsabilidad de estudiar cuidadosamente el guión, conocer a su personal y repartir su parte a cada participante, de tal manera que las voces y temperamento de los actores se reflejen mejor en las características de los distintos personajes.

- Se distribuyen las copias del guión para ensayar antes de las grabaciones o de salir al aire con el programa.

- Todos los participantes deben conocer el trabajo completo no sólo su parte.

c) La Musicalización.

La musicalización es importante dentro de un programa porque:

- Le imprime clima y carácter.
- Comenta, habla, sugiere y describe.

- El director, previo estudio del guión, se reúne con el musicalizador, para indicarle el carácter de las cortinas y fondos musicales que se necesitarán.

Se debe buscar música que se adapte al contenido y tema del programa.

- El tipo de música que no es recomendable utilizar en los programas es:

- Melodías conocidas o de moda: porque los radios oyentes desvían su atención del programa para cantar la canción.

- Música cantada: porque atrae la atención del oyente sobre la letra de la canción.

- Es recomendable utilizar música del siguiente tipo:

- Música instrumental: como orquestas de cuerda, cuartetos, instrumentos solistas (guitarra, flauta, etc.) porque dicen más y son más íntimas.

- Música popular de nuestro país o región; porque ofrece temas más sencillos y conectados con el pueblo; utiliza instrumentos como guitarras, kenas, etc. más apropiados para el carácter de los programas y el tipo de audiencia.

- Después de haber seleccionado la música a utilizar se edita, es decir, se graba en una sola cinta los pedazos de canciones a utilizar para las cortinas y fondos musicales. Esto se debe grabar con el orden que llevan en el guión.

d) La sonorización.

- Los sonidos a ocupar en los programas de radio, se obtienen de discos especiales de efectos de sonido o bien en vivo, es decir produciéndolos en el estudio.

- Los efectos de sonido se graban en la misma cinta donde se grabó la música.

TEMA: USO DE FORMATOS RADIOFONICOS

OBJETIVO: QUE LOS MIEMBROS DE LAS RADIOS COMUNITARIAS
CONOZCAN LA VARIEDAD EXISTENTE DE FORMATOS
RADIOFONICOS PARA QUE HAGAN USO DE ELLOS EN
SUS RADIOS.

TIEMPO: UN DIA Y MEDIO.

FECHA:

LUGAR:

PARTICIPANTES:

CAPACITADORES:

TEMA	OBJETIVO	TECNICA	RECURSOS	PROCEDIMIENTO	TIEMPO	RESPONSABLES
Bienvenida	Crear un ambiente de confianza y participación entre los asistentes.	Canasta Revuelta	- Sillas	<p>* Todos los participantes forman un círculo con sus respectivas sillas, el coordinador queda al centro de pie.</p> <p>* Se le explica a los participantes que al compañero que está a la derecha de cada quien se le llamará Piña y al que esté a la izquierda Naranja.</p> <p>* Todos deben saber el nombre de los compañeros que están sentados a su lado.</p> <p>* El coordinador señalara a cualquiera de los participantes diciendole piña o naranja, y el señalado debe responder inmediatamente el nombre del compañero.</p> <p>* El que se equivoca o tarda mas de 3 seg. en responder pasa al centro a ser coordinador.</p> <p>* Al momento que se diga canasta revuelta todos deben cambiar de asiento y el que está al centro aprovecha para sentarse.</p>	30 Minutos	Sofía Ramos.
Ambientación	Introducir a los participantes en el tema. (Formatos Radifónicos).	Exposición	- papelógrafos - tirro - plumones gruesos.	<p>* El facilitador en un papelógrafo dará a conocer los objetivos de la capacitación, los temas y los posibles beneficios. También la forma cómo se va a distribuir el tiempo.</p> <p>* El pleno podrá sugerir o hacer modificaciones, formular sus dudas para que sean aclaradas y llegar a un acuerdo con los facilitadores.</p>	30 Minutos	Gladis Vásquez
Expectativas del grupo				<p>* Se colocan los cuadros de cartulina en las paredes del área destinada para la capacitación.</p> <p>* Se les explica a los participantes que en esta dinámica tendrán que</p>		Sofía Ramos.

TEMA	OBJETIVOS	TECNICA	RECURSOS	PROCEDIMIENTO	TIEMPO	RESPONSABLE
	Conocer qué esperan los participantes de la capacitación.	Dinámica de las tarjetas.	<ul style="list-style-type: none"> - Cuadros de cartulina. - Plumones gruesos - Grabadora o radio. - tirro - papelitos con nombre de formatos. - Una cajita. 	<p>bailar y escribir.</p> <p>* Cuando comienza la música todos los participantes deberán empezar a bailar. Solos o en parejas.</p> <p>* Durante el baile se les formula una pregunta, por ejm: ¿Qué opinan sobre esta capacitación de formatos radiofónicos?, y se les deja que sigan bailando.</p> <p>* Cuando la música para todos salen a escribir su respuesta a los cuadros de cartulina.</p> <p>* Una vez todos hayan escrito la respuesta, la exponen uno por uno al pleno.</p>	40 Minutos	
Lectura de los Formatos Radiofónicos.	Que los participantes lean y conozcan sobre los distintos formatos.	Trabajo Grupal.	<ul style="list-style-type: none"> - Folletos, manuales sobre formatos - papel - papelógrafo - plumones - lapiceros. 	<p>* Los participantes se enumeran del 1 al 4 para que luego todos los 1 formen un grupo, los 2 otro grupo, etc.</p> <p>* Cuando ya estén formados los grupos de trabajo se les pide que nombren a un coordinador y un secretario.</p> <p>* Luego se llama a los coordinadores para que tomen un papelito que les indicará el formato a leer.</p> <p>* Cada grupo se reunirá para leer, discutir y hacer un resumen del formato.</p>	1 hora 50 minutos	Sofia Ramos y Gladis Vásquez
Conozcamos los Formatos Radiofónicos.	Que los participantes den a conocer lo que discutieron en grupo.	Plenaria	<ul style="list-style-type: none"> - Papelógrafo - tirro. 	<p>* Se desintegran los grupos para pasar a plenaria.</p> <p>* Cada grupo pasa a exponer sobre su formato, auxiliándose de papelógrafos</p> <p>* El pleno podrá formular dudas o ahundar en la información.</p> <p>* Los facilitadores reforzarán las exposiciones.</p>	1 hora	Sofia Ramos y Gladis Vásquez

TEMA	OBJETIVO	TECNICA	RECURSOS	PROCEDIMIENTO	TIEMPO	RESPONSABLES
Descanso	Que los participantes descansen un poco.	Dinamica: Persona perdida.		<ul style="list-style-type: none"> * Se forma un círculo con todos los participantes. * Se le pide a un voluntario que se salga del sitio donde están todos reunidos. * El resto de participantes elige a un compañero del grupo para que haga distintos ademanes como tocarse la nariz, rascarse la cabeza, etc. y los demás harán lo que él haga. * Entra el voluntario; el resto está realizando los ademanes y el voluntario tiene que descubrir quien es el que da las órdenes. * Se establece penitencia al voluntario que no logra descubrir al dirigente. 	20 Minutos	Gladis Vásquez
Trabajo grupal práctico.	Que los grupos practiquen cómo usar los formatos radiofónicos.	Trabajo Grupal.	<ul style="list-style-type: none"> - Manuales de los formatos - Diarios, revistas. - grabadora, cassetts, micrófonos. - papel - plumones - lapiceros. 	<ul style="list-style-type: none"> * Se forman los mismos grupos de trabajo. * Todos los participantes proponen un tema sobre el que realizarán un trabajo práctico. * Luego todos deben escoger el tema que se desarrollará. * Se les indica a los grupos que el tema escogido lo van a presentar haciendo uso del formato radiofónico que les correspondió estudiar. * Luego trabajarán escribiendo el guión. * Ensayarán como lo transmitirían. * Cada grupo grabará su trabajo. 	2 horas 40 minutos.	Sofía Ramos y Gladis Vásquez
Presentación de los trabajos realizados	Que cada grupo muestre el resultado de su trabajo.	Plenaria	<ul style="list-style-type: none"> - Grabadora - Cassetts. 	<ul style="list-style-type: none"> * Los facilitadores indicarán que se procederá a escuchar las grabaciones de cada grupo. 	1 hora 30 Minutos.	Sofía Ramos

TEMA	OBJETIVO	TECNICA	RECURSOS	PROCEDIMIENTO	TIEMPO	RESPONSABLES
				* Se pondrán las grabaciones para que el pleno las escuche.		
Conclusiones y Evaluación.	Que todos los participantes evalúen el trabajo realizado	La Dinámica de La Pelota.	<ul style="list-style-type: none"> - plumones - papel - tirro - papelógrafo - pelota - grabadora o radio. 	<ul style="list-style-type: none"> * Se formularán una serie de preguntas sobre toda la jornada de capacitación. * Cada pregunta se escribirá en un papel que se doblará y se pegará a una pelota. * Se forma un círculo entre todos los participantes. * El facilitador estará de espaldas al grupo poniendo y quitando la música. * Se le dará la pelota a uno del círculo y cuando suene la música la pondrá en movimiento. Se la pasarán con las manos de uno en uno. * Cuando la música pare, al que le quedó la pelota arrancará un papel, leerá la pregunta y dará la respuesta. * Se anotarán las respuestas en papelógrafos. 	1 hora 30 Minutos.	Sofía Ramos y Gladis Vásquez
Despedida	Agradecer a los participantes su asistencia a la capacitación.	Dinámica: Idioma-lenguaje- expresión.	<ul style="list-style-type: none"> - hoja de papel con expresiones - lapiceros. 	<ul style="list-style-type: none"> * Se le dará a cada participante una página con distintas expresiones. * Cada participante encerrará en un círculo la expresión que manifieste cómo se sintió durante el desarrollo de la capacitación. * También debe escribir el porqué de su elección. 	10 Minutos.	Gladis Vásquez

UBICACION: Teotepaque - La Libertad

PROGRAMACION CORRESPONDIENTE AL DIA: Viernes 7 y Jueves 13 de Octubre de 1994.

NUMERO DE HORAS: 8 horas de transmisión.

PROGRAMA ASPECTOS A REGISTRAR	Mañanitas Rancheras	Atardecer Ranchero	Resumen de Noticias (Doble F)	Musica Variada	Orientando sobre la salud	TOTAL
1. TIPO DE FORMATOS UTILIZADOS						
1.1. Entrevistas						
1.2. Sociodramas						
1.3. Testimonios						
1.4. Personajes	X	X				2 P.
1.5. Reportajes						
1.6. Sólo locutan			X	X	X	3 P.
1.7. Otros:						
2. USO DE:						
2.1. Refranes	X					
2.2. Dichos						1 P.
2.3. Palabras o frases Populares	X	X		X	X	4 P.
3. USO DE:						
3.1. Cuñas	5	5	1	13		24
3.2. Enlatados	3			10		13
3.3. Singles						

GUIA DE PREGUNTAS PARA LA DINAMICA DE GRUPO

¿Tienen programación dentro de la radio?

Si o No, ¿Cómo la hacen?

Cuentennos que aspectos positivos tiene su programación radial
Mencionenlos:

¿Qué fallas creen que tiene su programación radial?:

¿Qué les hace falta para mejorar su programación radial?:

¿Mencionen de qué forma la gente de la comunidad participa en los programas de la radio?:

¿Qué resultados positivos han detectado ustedes, cuando las personas de la comunidad participan en los programas de la radio?:

¿Qué dificultades existen para que la gente participe en los programas?:

¿Como creen que se podría mejorar en cantidad y calidad la participación de la gente de la comunidad en los programas de la radio?:

¿Ustedes visitan las comunidades donde los escuchan, con objetivos ya planeados o lo hacen de forma espontánea?:

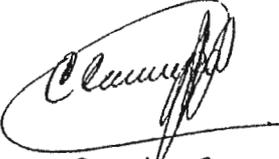
- ¿Guionizan los temas que van a tratar en los programas?:

Si o No, ¿Por qué?:

- ¿Qué tipos de formatos utilizan más frecuentemente en los programas de la radio?: Mencionenlos. ¿Por qué?:

- ¿Acostumbran ustedes a evaluar la programación de la radio?:

Si o No, ¿Cómo lo hacen y cada cuanto tiempo?:


Lic. Carlos Campos.

Municipio: _____

Sexo: F ()
M ()

Edad: ____ años

- 1- ¿Tiene usted radio?: Si ____ No ____
- 2- ¿Escucha Radio Suchitlán?:
Si ____ ¿Por qué la escucha?: _____

No ____ ¿Por qué no la escucha?: _____

- 3- ¿Ha qué horas la escucha?: _____
¿Por qué?: _____
- 4- ¿Sabe qué programas tiene Radio Suchitlán?: _____

- 5- ¿Qué programa escucha más?: _____
¿Por qué?: _____

- 6- ¿Usted participa y colabora con la radio?: SI ____ No ____
¿De qué forma lo hace?: _____

- 7- ¿Usted ha sido invitado a participar de la grabación de alguna
sección, programa, anuncio de la radio?: Si ____ No ____
- 8- ¿Le gustaría visitar el local de Radio Suchitlán?: Si ____ No ____
¿Para qué?: _____

- 9- ¿Usted participa o le han pedido su opinión para la evaluación
de los programas de la radio?: Si ____ No ____
¿Por qué?: _____

- 10- ¿Siente usted que Radio Suchitlán se identifica con los proble-
mas, necesidades, gustos de la comunidad?: Si ____ No ____
¿Por qué?: _____

- 11- ¿Qué tipo de programas le gustaría que tuviese la radio?:


Carlos Ramos.

b) Confiabilidad.

La obtención de la confiabilidad se realizó de la siguiente manera:

La información obtenida con el sondeo de opinión de audiencia se corroboró con otras fuentes como: Hoja de registro y de control y la dinámica de grupo.

A. DEFINICIONES

1. Radio Comunitaria.

Es un medio de expresión oral dentro de la comunicación popular, que pretende hacerse oír y democratizar la comunicación a escala comunitaria; favorece la expresión y participación activa de la gente de la comunidad y valora la cultura local.

2. Participación.

Es la situación en la cual los integrantes de un grupo toman parte. Para el caso de la presente investigación es la involucración de la gente de la comunidad en la toma de decisión de la programación que debe tener la radio, como también implica el involucramiento de la gente en la producción, conducción y grabación de los programas que se transmiten.

3. Popular.

Es todo lo relativo o perteneciente al pueblo: su lenguaje, sus costumbres, su estilo de vida, etc. Algo que está muy difundido entre el pueblo. Es todo lo que se hace desde, con y para el pueblo.

Programación sistemática y continua.

Conjunto de programas que llevan un orden que se ajuste al sistema de la radio, y que sea constante, extendiéndose sin interrupción.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

Acevedo, C.(1992). Balance Global del proceso de negociación entre el Gobierno y el FMLN. Revista ECA, El Salvador, UCA Editores.

ALER (1994). Hacia un nuevo Marco Doctrinario. Documento preparatorio para Asamblea 1994, págs. 7 y 8. Ecuador.

Balette, O. y Esbry, G. (1993). FM Sur:Estudiantes en el barrio. Revista Chásqui Internacional # 45, páags. 38 y 39. Quito-Ecuador: Editorial Quípus- CIESPAL.

Boivin, L. (1993). Organizando Mujeres en las Radios Comunitarias. Revista Chásqui Internacional #45, págs. 38 y 39. Editorial Quípus-CIESPAL.

CEDECO-CEDEP (1989). Los Retos de la Comunicación Educativa. Quito-Ecuador: Editorial Paulinas.

CEPRODE (1994). Caracterización de los desastres en El Salvador. págs. 26-30, El Salvador.

- Girart, B. (1992). Radio Apasionados: 21 Experiencias de Radio Comunitaria en el mundo. Quito-Ecuador: Editorial Quípus.
- Gutierrez, G. y Susana Pikin (1992). Proyecto Urraca: Sistema de Radios Comunitarias. El Salvador.
- Kaplún, M. (1985). El Comunicador Popular. Primera Edición. Quito Ecuador: Editorial Belén.
- López Vigil, J.I.(1988). Hacia una radio Participativa. Managua, Nicaragua: CORADEP.
- Marín, P. (1988). Infancia y Guerra en El Salvador. UNICEF, Guatemala: Editorial Mayaprin S.A.
- Merino Utréras, J. (1988). Comunicación Popular, Alternativa y Participatoria. Ecuador: Editorial Quípus.
- Prieto, D. (1988). Tres experiencias de diagnóstico de Comunicación. Ecuador: Ediciones Culturales U.N.P.
- Revista Opinión Ciudadana (1994) Primera Edición. El Salvador: ASPAD.
- Rovira, J. y Prats, J. (1991) Diccionario Enciclopedico Oceano uno. Bogotá, Colombia: Editorial Printer colombiana.

Silva, D. (1993). La experiencia de Radio Latacunga. Revista Chásqui Internacional # 45, págs. 23 y 24. Quito-Ecuador: Editorial Quípus-CIESPAL.

Vargas, L. (1984). Técnicas Participativas de Educación Popular. San José, Costa Rica: Editorial Alforja.