

UNIVERSIDAD DON BOSCO
Facultad de Ciencias y Humanidades
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



**“ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INFLUYERON EN LA
EVOLUCIÓN Y/O DESAPARICIÓN DE LOS ESPACIOS
NOTICIOSOS EN YSKL Y RCS EN EL PERIODO 1992 – 2002”**

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO POR:

CARLOS HUMBERTO HIDALGO MENJÍVAR

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ABRIL 2004

SOYAPANGO, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DON BOSCO

RECTOR

ING. FEDERICO MIGUEL HUGUET RIVERA

SECRETARIO GENERAL

LIC. MARIO RAFAEL OLMOS ARGUETA

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

LIC. JOSÉ HUMBERTO FLORES MUÑOZ

ASESOR DEL TRABAJO

LIC. GILBERTO ROGEL

JURADO EXAMINADOR

LICDA. GLADIS CAÑAS

LICDA. ARELÍ FRANCO

LIC. IVÁN GÓMEZ

ÍNDICE

	PAG.
Agradecimientos	v
Introducción	viii
I. Delimitación	11
a) Alcances y limitaciones	11
II. Justificación	13
III. Planteamiento del Problema	17
IV. Objetivos de investigación	19
a) Objetivo General	19
b) Objetivos Específicos	19
V. Marco Teórico	20
a) Antecedentes Históricos	20
b) Reseña Histórica de RCS	21
c) Reseña Histórica de YSKL	22
d) Concepto de Evolución	23
VI. Métodos y Técnicas de Investigación	25
a) Dialéctica	25
b) Materialismo Histórico	26
c) Técnicas de Investigación	27

d) Técnica documental	28
e) Técnica de campo	29
f) Instrumentos para investigación	29
g) Sujetos de la investigación	29
h) El universo colectivo	30
i) Criterios de selección para las radios de estudio	31
j) Criterios de selección para los sujetos de estudio	32
VII Análisis de la Investigación	34
a) Cuadro de entrevistas	34
b) Análisis de respuestas	52
VIII Conclusiones	59
Bibliografía	62
Anexos	64

AGRADECIMIENTOS

A DIOS TODOPODEROSO: *“Porque no hay nada oculto que no haya de ser manifestado; ni escondido, que no haya de salir a la luz.” (S. Marcos 4,22)*

A LA SANTÍSIMA VIRGEN MARÍA AUXILIADORA: Por protegerme con tu manto sagrado de todo peligro y ser auxilio en los momentos difíciles.

A SAN JUAN BOSCO: Por enseñarme el camino del saber y descubrir con humildad que las cosas grandes comienzan con cosas pequeñas.

A MI MADRE MARÍA BERTA MENJIVAR: Por ser el mástil que sostiene las velas de mi barca, por el sacrificio, por inculcarme los principios que me hacen lo que soy, y a quien debo todos mis éxitos.

A MI ASESOR LIC. GILBERTO ROGEL: Por su constancia, guía y apoyo, como amigo y profesional.

A LOS JURADOS: Licda. Gladis Cañas, Licda. Arelí Franco y Lic. Iván Gómez, Gracias por indicar los errores y sugerir soluciones, gracias por exigir más de mi trabajo y hacer que eso se convirtiera en un mejor trabajo.

AMIGOS Y AMIGAS MÁS CERCANOS: En especial al Lic. Ernesto Pineda, por su confianza y apoyo, a Paty Pacheco, Manuel, Sonia y Astrid, que nunca me dejaron solo.

A TODOS MIS FAMILIARES: A mi Padre Federico A. Hidalgo, por heredar su sabiduría. A mi tío Mauricio Menjívar por su disposición de ayuda. A mi hermano Erick por ser paciente.

A todos los que estuvieron pendientes del desarrollo de este trabajo, muchas gracias.

DEDICATORIA

*A Dios Todopoderoso, por ser
La luz que nos permite ver.*

*A mi Madre; por ti sé quien soy,
de donde vengo y a donde voy,
para ti con toda mi admiración y
cariño.*

*A todos los comunicadores,
como homenaje a su esfuerzo
profesional y deseos de
encontrar y difundir la verdad.*

Introducción

En El Salvador, cuando se habla de evaluar el desarrollo de los espacios informativos, tanto radiofónicos como televisivos y escritos, resulta complicado analizar su avance de forma genérica, debido a sus características particulares (inmediatez, imagen, sonido, tratamiento, etc.).

Sin embargo, en los últimos diez años todos los medios han experimentado avances pero también puntos de estancamiento e incluso retroceso. Para comprender el desarrollo de éstos en dicho período, habrá que verlos en función del aporte que dan a la formación de los individuos dentro de la sociedad.

Y es que con la Firma de los Acuerdos de Paz se presentó la oportunidad de desarrollar un periodismo libre de presiones, tanto políticas como económicas, brindando las condiciones para ahondar en los temas de interés nacional.

Surgieron entonces proyectos de radio que prometían romper con los esquemas tradicionales de hacer periodismo, proponiendo una nueva cultura de la información, con reportajes más profundos e inquisitivos.

Pese al avance, los intereses empresariales de los dueños de los medios informativos han tenido una incidencia importante sobre los espacios noticiosos.

En el trabajo de investigación, se realiza un estudio de los espacios noticiosos de Radio Corporación Salvadoreña (RCS) y YSKL (La poderosa), comprendidos en los últimos 10 años (de 1992 – 2002), tomando como punto de partida la firma de los Acuerdos de Paz en el país.

La profundidad del documento es explicativa, ya que estudia las relaciones de influencias entre variables, para conocer los factores que intervienen en los fenómenos sociales y su dinámica. En este estudio, se observa la evolución o los cambios favorables de YSKL y la desaparición del espacio informativo en RCS.

A lo largo del trabajo, se encuentra el análisis y valoraciones de periodistas, jefes de prensa y directores de ambos medios de comunicación, cuyos aportes nos ayudan a dilucidar sobre la evolución de algunos medios y la desaparición de otros.

Además, se analizará la estructura de la política informativa del medio, bajo los factores económicos y políticos del país, para demostrar que dichos elementos influyen de manera categórica en la política informativa.

En este estudio, se utilizarán recursos investigativos que pueden aportar mayores elementos de información al trabajo, con el objetivo de brindar una visión del problema desde varios enfoques, para lo cual se recurrirá a diversas fuentes de información.

Por su naturaleza, el trabajo se define como una investigación empírica, ya que recoge la información de primera mano, es decir, directamente con los actores de la problemática, en este caso, los protagonistas y responsables del trabajo periodístico de las radios en estudio.

El trabajo contiene los elementos fundamentales que conforman un estudio de investigación. Son esos elementos los que permiten evidenciar el sentir de la propuesta.

I. Delimitación

El presente estudio es un análisis de los cambios ocurridos en los espacios noticiosos de las emisoras Radio Corporación Salvadoreña (RCS) y YSKL, en el que se ha tomado en cuenta los factores económicos y políticos que influyeron en los informativos de dichos medios; mientras los conceptos como el significado de la imagen (auditiva) o la percepción del radioescucha estarán exentas del análisis.

Las radios que contemplan en su programación espacios noticiosos extranjeros o cápsulas noticiosas no se consideraron, puesto que no forman parte de la investigación.

De igual forma, los criterios de redacción propios de cada periodista no son parte del estudio, debido a que el objetivo es explorar cuáles fueron los cambios en los segmentos de prensa.

Como se ha establecido, las reacciones del radioescucha hacia el mensaje están fuera del trabajo, debido a que éste se limita a describir la evolución y/o desaparición de los espacios informativos de RCS y YSKL.

En resumen, el documento contempla el análisis de la evolución del espacio informativo en YSKL y la desaparición de RCS.

a) Alcances y limitaciones.

□ Alcances:

- Con la investigación, se estará en la capacidad de afirmar sí, en efecto, los factores económicos, y políticos influyen en el curso de los espacios noticiosos de YSKL y RCS.

- Con el trabajo, se logró recoger las opiniones de directores, jefes de prensa y periodistas involucrados en el desarrollo de los espacios informativos de las radios en estudio.
 - Brinda un aporte académico para futuras investigaciones en dichas temáticas.
 - La indagación se concentró en la evolución de los espacios noticiosos de YSKL.
 - El documento tomó en cuenta la desaparición de los espacios de noticias de RCS.
 - La investigación abarcó la evolución y/o desaparición de los espacios noticiosos en las radios YSKL (factor evolución) y RCS (factor desaparición) el período de 1992 al 2002.
- Limitación:
- El difícil acceso a los gerentes o directores de los medios informativos existentes.
 - El poco material investigativo que se ha realizado sobre el tema como tal, dificultó la investigación bibliográfica.

II. Justificación

Al hablar de los medios de comunicación, el tema de radio resulta obligado, pues desde sus inicios este medio ha roto los esquemas tradicionales, abriendo nuevos horizontes y expectativas en materia de comunicación, gracias a sus características particulares.

La radio educa, entretiene e informa, pero tales funciones son afectadas por diversos factores, entre los que destacan los de tipo político y económico. Esto implica que, si bien es cierto el medio puede cumplir con las actividades asignadas, la ejecución de éstas recae sobre las personas que controlan el medio (propietarios o accionistas).

De los dueños de las empresas radiofónicas emanan las políticas informativas, que se pueden definir como “las acciones ideológicas que ejecutan los periodistas, frente al tratamiento y difusión del material informativo (la noticia)”.

Las acciones que la empresa realice a favor o en contra de un tema determinado dependerán de la dirección que los propietarios establezcan; pero estas políticas pueden cambiar, afectando algunas funciones (información) y resaltando otras (entretener).

Esas directrices serán claves para los cambios en la programación del medio; entonces, analizar tal evolución o en ciertos casos la desaparición de los espacios noticiosos radiofónicos, representa la parte central de este trabajo investigativo, a manera de proporcionar información que ayude a comprender cómo los factores económicos y políticos influyen de forma directa o indirecta en el proceso noticioso.

El estudio busca aportar elementos valiosos para futuros trabajos, por tal motivo se analizarán las estaciones Radio Corporación Salvadoreña (RCS, ya desaparecida) y YSKL (aún vigente).

Ambas estaciones fueron seleccionadas por su trascendencia en espacios de información, específicamente YSKL con 47 años de existencia y RCS (a pesar que sólo permaneció alrededor de 5 años al aire), despertando muchas expectativas, por pretender introducir un nuevo esquema de periodismo radiofónico, más profundo y sin compromisos partidistas.

Los espacios informativos de YSKL son la parte medular de su programación; mientras RCS presentaba un formato novedoso dirigido al segmento adulto contemporáneo, un sector que exigía un medio de comunicación capaz de ofrecerle entretenimiento e información.

El proyecto noticioso de RCS fue presentado bajo el argumento de romper con los esquemas tradicionales en la comunicación radiofónica nacional. Su staff de accionistas fue conformado por personas de diversas ideologías, lo que garantizaba la diversidad de opiniones, unidas con el fin de crear una radio que se caracterizó por sus programas informativos y de opinión.

A pesar de la novedad de ser un medio con pluralidad de ideas, que buscaba la independencia económica y política en la objetividad de sus informativos, RCS decayó y, finalmente, la frecuencia fue vendida en el 2002 a uno de los grupos radiofónicos más grandes del país (Radio Corporación FM).

En contraste, YSKL aún se mantiene estable económicamente y con una audiencia elevada, según los datos de la encuesta *Rivera Media & Surveys*¹, la cual coloca a YSKL en la posición número cinco del Raiting general, sobre los gustos y preferencias de la población salvadoreña (ver anexo 4).

¹ Revista de Ranking de audiencia “Rivera Media”, San salvador, diciembre 2002, Pg.5.

En consecuencia, la investigación buscó aproximarse a las causas reales que llevaron a la evolución y/o desaparición de los espacios informativos de YSKL y RCS; pues se estudian los espacios existentes después de los Acuerdos de Paz hasta el 2002.

De acuerdo con muchos autores nacionales, al final de la guerra civil se generaron muchas expectativas, entre ellas, la apertura o proliferación de más espacios de información independientes y con solvencia económica, generadores de opinión pública y con amplia participación de la ciudadanía.

Con base a estas premisas cabe preguntarse, ¿se han superado estas barreras?, ¿se continúa con las mismas prácticas, sólo que esta vez se generan de forma sutil, a tal punto de confundir libertad de expresión con libertad de escucha? Las respuestas a estas preguntas podrían ser múltiples y difusas.

Aún cuando existen autores que abordan los temas de periodismo en radio, no se encuentran investigaciones que aporten nuevos elementos de análisis referentes al tratamiento de la noticia en las radioemisoras.

Por lo tanto, es fundamental realizar un estudio que proporcione las bases necesarias para llevar a cabo un análisis del fenómeno político y económico que influye en el tratamiento de la información.

Como se ha constatado en diversas ocasiones, las características propias de los radios comerciales (cuya razón de ser es generar ingresos) y el trabajo de los periodistas generan diversas confrontaciones internas que, en ocasiones, desembocan en conflicto: los intereses empresariales que buscan que su empresa produzcan dividendos esperados y, por el otro lado, la necesidad de los oyentes de estar debidamente informados.

En otras palabras, los dueños de las empresas de radio mantienen sus reservas al momento de divulgar cierta información que pueda dañar la imagen de sus clientes, puesto que se arriesgan a perder los ingresos provenientes de las pautas comerciales, que en ocasiones son elevadas.

III. Planteamiento del problema

En la ciudad capital, la distribución de las frecuencias radiofónicas en la banda de frecuencia modulada (FM) se encuentra técnicamente saturada, en vista que los espacios disponibles ya fueron asignados (88.5 hasta 107.7, según técnicos de la SIGET). En otras palabras, no habría cabida para otra radio más, si se mantiene la distribución de los rangos de frecuencia vigentes.

En ese sentido, y aún cuando existe una diversidad de estaciones de radio, son pocas las emisoras con espacios informativos (YSKL, Sonora, YSU, YSUCA, Maya Visión, entre otras) en comparación con las que prefieren optar por espacios de entretenimiento.

Esta situación se vuelve más evidente cuando la emisora enfrenta problemas económicos, ya que el primer departamento apuntado en la lista de eliminación es el de prensa, debido a que las radios son empresas cuyo mantenimiento obedece a los ingresos de la pauta comercial (a excepción de aquellas que reciben subsidio estatal o financiamiento extranjero).

Lo costoso que puede representar el mantenimiento de un departamento de prensa, tomando en cuenta la inversión en equipo técnico y el personal, hace que se convierta en el blanco de los recortes en el presupuesto de la estación con problemas financieros.

Al respecto, la investigadora española Silvia Vizcarra señala:

“Ante el hecho que los medios de comunicación, además de efectuar un servicio que es público, son también una industria que debe ser económicamente rentable para seguir funcionando, cabe esperar el surgimiento de conflictos entre los

*profesionales y las empresas, debido a la dificultad de compaginar los intereses y las convicciones morales*².

Estos intereses (económicos y políticos) ubican al comunicador en una situación crítica, pues deben decidir entre deber de informar o la necesidad de conservar sus ingresos económicos.

Tal problemática entre los profesionales del periodismo y los propietarios de las empresas radiofónicas se hace aún más palpable, cuando intervienen diversos intereses económicos, políticos, entre otros.

*Las diferencias apuntadas no se limitan a la forma de transmitir el mensaje, sino que en ciertas situaciones habrá que analizar otros aspectos, que pueden ser de carácter económico, de cobertura, accesibilidad, penetración, tradición,*³ y que determinan la labor del comunicador y del medio; como consecuencia directa destaca la desaparición del espacio noticioso, relegando a la radio con sus características y ventajas a un medio exclusivamente de entretenimiento.

Ante tal problema, se podría ofrecer como alternativa el incremento de emisoras, que incluyan en su programación más informativos, pero tal solución no abarcaría el fondo del problema y se convertiría en una alternativa simplista.

En síntesis, el enunciado del problema es: **¿cuáles son los factores económicos y políticos que determinaron la evolución y/o desaparición de los espacios noticiosos radiales de YSKL y RCS, en el período 1992 - 2002?**

² Vizcarra, Silvia; “La responsabilidad Social del Periodista, frente a la noticia como mercancía”, Revista Latina de Comunicación Social, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>, La Laguna (Tenerife) enero 2002.

³ Ibid.

IV. Objetivos

a) Objetivo General:

Analizar los factores económicos y políticos que determinan la evolución y/o desaparición de los espacios noticiosos de las radios YSKL y RCS.

b) Objetivos Específicos:

- Estudiar la evolución en el área informativa de la radio YSKL.
- Analizar la desaparición del espacio noticioso de la radio RCS.

V. Marco Teórico

a) Antecedentes Históricos

A lo largo de la historia del periodismo salvadoreño, la radio ha jugado un papel importante; de hecho, el medio radiofónico es codiciado por sus características (inmediatez, movilidad, etc.). Funcionó en los tiempos del conflicto armado como un medio eficaz, transmitiendo la realidad de los actores políticos (FMLN, gobierno, Fuerza Armada, sociedad civil, etc.).

Las radios clandestinas o “guerrilleras” “Venceremos” y “Farabundo Martí” proporcionaban información con un alto contenido ideológico. Una de sus funciones era mantener elevado el ánimo de las tropas rebeldes y, a su vez, desmentir las noticias provenientes del gobierno en turno y la Fuerza Armada.

Por su lado, el gobierno también utilizaba sus medios de comunicación (Radio Cuscatlán) para emitir mensajes favorables para sí, destacando los supuestos victorias sobre el enemigo y minimizando las bajas recibidas en las trincheras de guerra, con la finalidad de lograr más simpatía entre la población.

La necesidad de contar con una visión de los hechos hizo que el FMLN utilizara la radio para mantener comunicadas a sus tropas y desmentir la propaganda del gobierno. De aquí es que surgieron emisoras que funcionaron en la clandestinidad, que de cierto modo mantenían espacios noticiosos.

Mientras tanto, las radios comerciales (YSKL, Sonora, Cuscatlán, etc.) también incluían, en su programación espacios de noticias, que en tiempos del conflicto eran saturados por titulares sobre la guerra.

b) Reseña Histórica de RCS

Radio Corporación Salvadoreña, RCS, nació en noviembre de 1996 y en corto tiempo se convirtió en un medio de comunicación conocido y respetado por su influencia en la opinión pública, debido a sus diversas tendencias ideológicas.

Esta última característica se basaba en sus segmentos noticiosos y de opinión. *“Para la definición de estos segmentos, RCS estableció una información de corte liberal, humanista, democrático y sin posicionamientos ideológicos o inclinaciones de corte partidista”⁴.*

Pocas emisoras son las que han dado un paso hacia una difusión más responsable y constructiva del material político que procesan, especialmente propiciando el debate entre los diversos actores políticos nacionales, RCS y YSUCA sobresalen al respecto⁵.

Otro segmento importante, fueron las entrevistas de la mañana. Uno de esos programas fue “Hablemos claro”, de 60 minutos de duración, consistía en una conversación de tipo político entre dos panelistas permanentes y uno o dos invitados especiales. El equipo de panelistas lo componían destacadas personalidades del quehacer político y económico del país.

Un espacio importante de opinión fue “Contacto”, en el que se abordaban los problemas de la comunidad con un toque más personal y cercano con los radioescuchas.

Otros ejes complementarios eran una serie de microprogramas, de 3 a 5 minutos de duración que se transmitían a diferentes horas del día, su temática iba desde

⁴ Castillo Narciso, “Entrevista sobre los medios de comunicación radiofónicos”, San Salvador Marzo 2003.

⁵ Urquiza, Waldemar; “Medios de Comunicación Social en El Salvador”, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades Teoría y Praxis, edición primera, Universidad Don Bosco, Septiembre 2002.

espectáculos hasta hechos curiosos o históricos, narrados en lenguaje radial y con formatos amenos.

La programación de RCS fue pensada, según sus creadores, para llenar necesidades de información y entretenimiento de sectores de población, predominantemente adulta (25 a 55 años), urbana, con cierto nivel cultural y de distintos niveles socioeconómicos.

c) Reseña Histórica de YSKL

YSKL "La Poderosa" nació en 1954, bajo el pensamiento de un grupo de empresarios interesados en que este medio se convirtiera en un vehículo de diversión, entretenimiento e información.

YSKL, Radio Universal, "La del Sonido de Oro", le fue autorizada la frecuencia de los 760 Khz en AM, que posteriormente se cambió a los 700 Khz; debido a una fuerte interferencia de radios mexicanas.

Desde sus comienzos, YSKL fundó un estudio en sus instalaciones donde se realizaba un programa llamado "La Hora Nacional del Aficionado", del cual salieron varios cantantes famosos en aquellos tiempos y se presentaron los conjuntos de la época de Oro de la música salvadoreña.

Su programación diaria es noticiosa, deportiva y musical, otra de las características de "La Poderosa" ha sido la inclusión de programas humorísticos como parte de sus diversos programas.

KL tiene diariamente curiosidades y micro programas como:

La Crónica de hoy, dirigida, conducida y producida por el periodista Raúl Beltrán Bonilla en ediciones de 6:15 am, 12:15 del mediodía y 10:15 de la noche.

Reportajes KL, conducido y producido por el periodista (no vidente) René Hurtado Polanco, reconocido en el ámbito nacional por sus artículos tanto en radio como en distintos rotativos del país.

La Risa es Saludable programa jocoso, para botar el stress y olvidarse de las penas 7:30 am 11:55 am

Las Pasaditas de Chenchillo, domingos 11:00 am y 6:00 pm

El 7 de mayo de 1956, YSKL salió al aire con un transmisor de 1Kw de potencia producto del esfuerzo de técnicos salvadoreños. 45 años han pasado desde entonces y, en la actualidad, radio Cadena *“YSKL es una de las estaciones más populares en nuestro país y la mejor posicionada en el ranking de estaciones noticiosas, tanto a sus oyentes como a sus anunciantes”⁶* (consultar anexo 4).

d) Concepto de Evolución

En este trabajo de investigación, se define como evolución a “todos los cambios positivos (que aporten una mejora tanto a nivel tecnológico, como también en la profundidad de los contenidos), que las radios en estudio han experimentado a lo largo de un periodo”.

De acuerdo a la definición de la Real Academia Española, evolución se refiere a: *“desarrollo o transformación de ideas o teorías, hipótesis que pretende explicar todos los fenómenos, cósmicos, físicos y mentales, por transformaciones sucesivas de una realidad primera, sometida a perpetuo movimiento intrínseco”⁷*.

⁶ Revista de Ranking de audiencia *“Riviera Media”*, San Salvador, diciembre 2002, Pg. 5.

⁷ Diccionario enciclopédico ilustrado; *“Océano Uno”*, sin edición, Bogotá, Colombia. 1992, Pg 310

Para el caso de los espacios noticiosos en radio, se interpretará como evolución “todas las mejoras que éstos hayan sufrido, tomando en cuenta el desarrollo de los espacios de información”. Por otro lado, la no evolución se tomará como el estancamiento o acomodo de los espacios existentes y la desaparición de éstos implica un retroceso a la producción de noticiarios en el medio radiofónico, cuando se observe este último se dirá que el espacio ha involucionado.

En resumen, hay evolución cuando se observa un cambio positivo; cuando no existen avances significativos, estamos ante un estancamiento y una involución cuando el espacio desaparece.

VI. Métodos y técnicas de investigación

La metodología y las técnicas de investigación nos permiten abordar el objeto de estudio de una forma metódica para comprender la dinámica del problema y maximizar, si es el caso, las posibles soluciones. De aquí que la obtención del conocimiento científico es un procedimiento que implica un control minucioso del objeto de estudio, donde el orden lógico, la recolección de información y la tabulación de datos pretenden conducir.

Es así como diferentes autores definen el método científico:

*Efi de Gortari (1980) escribe: "El método científico es una abstracción de las actividades que los investigadores realizan, concentrando su atención en el proceso de adquisición del conocimiento"*⁸.

*Mario Bunge (1969) escribe: "El método científico es la estrategia de la investigación para buscar leyes..."*⁹

*Según De la Torre (1991), debe considerar el método como "un proceso lógico, surgido del raciocinio de la inducción".*¹⁰

La amplia gama de criterios investigativos ha permitido analizar la forma cómo abordar la problemática y así escoger el método de investigación que mejor se acople al fin. Por tanto, para esta investigación, se utilizó un enfoque dialéctico, auxiliado por el método del materialismo histórico.

a) Dialéctica

La dialéctica es el estudio de la realidad cambiante; es decir, se enfoca en que todo ser animado o inanimado, como todo fenómeno natural, tiene un principio, un desarrollo y un fin. Estos tres aspectos están ligados a los cambios que se

⁸; Greoy, Thomas "Metodología de Investigación", Revista electrónica Sed, sin edición, Julio 2002

⁹ Ibid.

¹⁰ Ibid.

registran en la sociedad y da una explicación de porqué suceden y cómo es que afectan a las distintas organizaciones civiles.

“El énfasis está en la realidad como una totalidad, de la que no puede aislarse ningún elemento sin que deje de tener sentido”¹¹.

El método nos ayuda a investigar los posibles cambios y las repercusiones que tiene para los intereses de la sociedad en general. El estudio de este constante movimiento puede medirse mediante la observación de la evolución y/o desaparición de los espacios noticiosos en radio.

La metodología considera los objetos y los fenómenos en proceso de desarrollo. Mario Yajot explica: *"La dialéctica es la ciencia de las leyes generales del movimiento y del desarrollo de la naturaleza, de la sociedad humana y del pensamiento, la ciencia de la concatenación universal de todos los fenómenos que existen en el mundo"*¹².

La investigación con este método lleva implícita una transformación de la realidad. El análisis y la síntesis utilizados en el proceso de abstracción deben ser guiados por las categorías de la dialéctica materialista (contradicciones, contenido y forma, causa y efecto, entre otras); de tal forma que la abstracción mental permita reproducir los procesos, y los objetos en su desarrollo y transformación.

b) Materialismo histórico

El materialismo histórico tiene su riqueza investigativa en la transformación de la historia: ataca lo concreto y aporta soluciones; es decir, retoma un hecho histórico y lo compara con otros fenómenos similares para luego extraer las conclusiones.

¹¹ Ibid

¹² Ibid

"El materialismo histórico es la ciencia de las leyes generales que rigen el desarrollo de la sociedad. Da la única solución científica certera a los problemas teóricos y metodológicos de las ciencias sociales"¹³.

Es el método de mayor importancia. Se rige por el movimiento constante y por la transformación. Sostiene que el modo de producción determina la estructura de la sociedad.

El materialismo histórico es la extensión de los principios del materialismo dialéctico al estudio de la vida social, la aplicación de los principios del materialismo dialéctico a los fenómenos de la vida de la sociedad, al estudio de ésta y de su historia¹⁴.

Debido a su importancia, el estudio utilizó ambos enfoques para darle mayor sustento a la metodología de la investigación, el uso de estos métodos dio mayor confianza en la recolección de la información.

c) Técnicas de la investigación

La técnica es indispensable en el proceso de la investigación científica, ya que integra la estructura por medio de la cual se organiza la investigación. La técnica pretende los siguientes objetivos:

- Ordenar las etapas de la investigación.
- Aportar instrumentos para manejar la información.
- Llevar un control de los datos.
- Orientar la obtención de conocimientos.

¹³ Ibid

¹⁴ Ibid

En cuanto a las técnicas de investigación, se estudiarán dos formas generales: técnica documental y técnica de campo.

“La técnica documental permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. La técnica de campo permite la observación en contacto directo con el objeto de estudio, y el acopio de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva”¹⁵.

d) Técnica documental

El objetivo de esta técnica es elaborar un marco teórico conceptual para formar un cuerpo de ideas sobre el objeto de estudio.

- Fuentes de información

Estas fuentes son los documentos que registran o corroboran el conocimiento inmediato de la investigación; incluyen libros, revistas, informes técnicos y tesis.

- Instrumentos para investigación documental
 - Ficha bibliográfica.
 - Ficha hemerográfica.
 - Ficha de trabajo.

¹⁵ Ibid

e) Técnica de campo

El instrumento de observación se diseña según el objeto de estudio.

- Objetivos de la observación
 - Explorar. Precisar aspectos previos a la observación estructurada y sistemática.
 - Reunir información para interpretar hallazgos.
 - Describir hechos.

- Requisitos al observar
 - Delimitar los objetivos de la observación.
 - Especificar el procedimiento o instrumentos de observación.
 - Comprobación continua.

f) Instrumentos para investigación

Para la observación simple, los instrumentos más comunes son:

Ficha de campo, diario, registros, cámaras y grabadoras.

g) Sujetos de la investigación

Los sujetos de investigación fueron:

- a) Los directores o el equivalente a jefe de prensa de los medios estudiados.
 - b) Los periodistas que trabajaron o trabajan en las radios de estudio.
- ¿Por qué sólo a ellos? ¿Quiénes son? ¿Por qué se seleccionaron?

En un principio, se contempló como sujetos de estudio a los dueños de los medios en cuestión; pero, debido a evidentes problemas de accesibilidad a éstos, se optó por entrevistar a los periodistas y a directores de prensa, pues ellos participaron en el desarrollo de los acontecimientos y sus valoraciones son las que sirvieron para el desarrollo del tema.

En otras palabras, los periodistas y sus jefes inmediatos son quienes más cerca estuvieron del fenómeno en cuestión, y sus aportes son de trascendental importancia para la realización del trabajo de graduación.

h) El universo colectivo

En un trabajo de investigación es indispensable analizar el campo de estudio, identificando el sujeto u objeto a analizar, tal como lo afirma Hernández Sampieri: “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”; entonces, “la muestra es simplemente un subconjunto de la población”¹⁶.

En el caso, la población fueron todas las radios con programas noticiosos de la ciudad de San Salvador. La investigación de la totalidad de las emisoras es un trabajo extenso y complicado; por lo cual, se recurre a una muestra, extraída de la población.

En la selección se empleó un muestreo no aleatorio dirigido a las características claves que interesa medir, tal es el caso de la evolución y/o desaparición de los espacios de noticias. Las radios de la muestra son YSKL y RCS (ya desaparecida).

¹⁶ Hernández Sampieri, Roberto “Metodología de la investigación”, Editorial Mc GRAW-HILL, sin edición p.120

Para hacer efectiva la selección de la muestra, se deben delimitar las características de la población. En este caso, se hace un análisis de la relación causal de los factores económicos y políticos que afectan directamente a los espacios de información radial.

i) Criterios de selección para las emisoras de estudio (RCS y YSKL)

Los criterios para la selección de la muestra se basaron en el alcance de los objetivos de estudio, para darle mayor confiabilidad a éste y proporcionar las bases teóricas necesarias. A continuación se detallan los criterios.

□ Ubicación

La delimitación de la exploración contempló la zona metropolitana de la ciudad capital. Para ello, se escogieron dos radios, cuyas transmisiones se realizan o realizaban desde el sector capitalino.

□ Evolución

Uno de los puntos importantes del estudio son los cambios que las estaciones han experimentado en materia de información, sea ésta un cambio radical en su contenido o forma de abordar el hecho noticioso.

□ De carácter noticioso

En la muestra de radios, participaron aquellas que mantienen o mantuvieron espacios de carácter noticioso de forma permanente; es decir, que cuenten por lo menos con una emisión diaria de un noticiario.

❑ **Hechos cronológicos**

El tiempo de estudio es de los últimos 10 años, a partir de los Acuerdos de Paz, ya que en ese período surgieron proyectos radiofónicos como los de RCS y la continuidad de los espacios noticiosos de YSKL.

Los criterios anteriores se aplicaron para el análisis de dos radios, las cuales se estudiarán buscando la relación de la influencia de los factores económicos y políticos en la noticia radiofónica.

❑ **Desaparición**

Este criterio es para comparar la desaparición del espacio noticioso, con la vigencia de los espacios posteriores a la firma de los Acuerdos de Paz y así analizar los posibles parámetros causantes de su desaparición.

j) Criterios de selección para los sujetos de estudio

Siguiendo la metodología, el éxito de la investigación depende en buena parte del tipo de información y fuentes consultadas, por lo cual los criterios para la selección de los encuestados obedecen a lo expresado en los objetivos de estudio.

Según la metodología, las personas encuestadas debieron ser parte de forma directa en los espacios informativos en estudio. De acuerdo con el criterio, los encuestados reúnen las cualidades siguientes:

Encuestados por la radio RCS

❑ Lic. Narciso Castillo:

Director general de canal 33; fue partícipe y gestor del proyecto radiofónico, fungió como director de la estación hasta poco antes que el medio desapareciera.

- Lic. Walter Raudales:

Estuvo a cargo de la producción y conducción del programa “Contacto”, que buscaba un acercamiento con la gente a través del medio.

- Lic. Iván Gómez:

Periodista, encargado del rastreo de la pauta informativa (agenda diaria), fue parte importante en la organización periodística de RCS.

- Antonio Soriano Morales:

Periodista investigativo, formó parte del Staff de periodistas de RCS.

Encuestados por la radio YSKL

- Licda. Nery Mabel Reyes:

Jefe de prensa, es uno de los pilares fundamentales en el desarrollo periodístico para la radio.

- Juan Carlos Torres:

Periodista radiofónico, forma parte del staff de periodistas de YSKL.

- Walter Adalberto Alfaro:

Periodista radiofónico, formó parte de YSKL y hoy es periodista de la radio Sonora.

- Mario Zelaya Chamagua:

Periodista televisivo, fue parte de los periodistas de YSKL y hoy es periodista del canal 21.

VII. Análisis de la investigación

a) Cuadros de entrevistas

□ Exdirector y periodistas de RCS

PREGUNTA No. 1

¿Qué piensa sobre el periodismo radiofónico nacional?	
Lic. Narciso Castillo Director General Canal 33	Le falta agilidad, creatividad y profundidad, hacen que el periodismo radial sea más difícil, agregando la problemática de que hacer periodismo sea caro, y el mercado radial es pobre. Las radios que logran mayor rating y mejores niveles de ingreso publicitarios son las que no hacen periodismo, sólo entretención. Se puede hacer mucho más, falta conciencia de parte de los empresarios que invierten en radio, en lo que respecta al tema en cuestión.
Lic. Walter Raudales Director de Centro de Opinión Pública UFG	El periodismo radiofónico en el país está estancado, desgraciadamente el aspecto comercial y el aspecto económico ha “tragado” el aspecto periodístico, ahora es más importante la venta que la producción de la noticia.
Lic. Iván Gómez Periodista Investigativo Revista Vértice El Diario de Hoy	Es un buen punto para la gente que no tiene acceso a otros medios de comunicación, lo que se está haciendo actualmente, se trabaja con los estándares, no se ha llegado a profundizar en la población, ante la falta de programas informativos más cercanos sobre la naturaleza de la radio es más fácil que la radio esté más cerca de la población en la comunidad
Antonio Soriano Periodista El Diario de Hoy	Lastimosamente el periodismo radiofónico por muchas ocasiones se queda muy corto. Es decir no investigue más sobre el tema. No contrasta. No actualiza los datos.

PREGUNTA No. 2

¿Considera que los espacios informativos en radio son afectados por diversos factores económicos y políticos (dentro y fuera del medio)?	
Lic. Narciso Castillo Director General Canal 33	Por supuesto que sí, Sí. Los afecta el mercado publicitario pequeño y también el prejuicio político de la mayoría de los inversores.
Lic. Walter Raudales Director de Centro de Opinión Publica UFG	Básicamente por el económico, en el sentido de que ahora el paradigma de la sociedad ha cambiado, es decir ya no son los tres poderes del Estado: ejecutivo, legislativo y judicial. Ese paradigma de los tres poderes ya desapareció, hay un nuevo paradigma en donde el primer poder es el poder económico, el segundo poder es el poder mediático y el tercer poder es el poder político (ejecutivo, legislativo y judicial); por tanto, todo lo que los medios hagan está influido por esa relación de poder.
Lic. Iván Gómez Periodista Investigativo Revista Vértice El Diario de Hoy	Sí, son afectados; la inversión de los propietarios tiende a afectar, hay que ver que para atacar la radio, es mucho más fácil, por que no se obtienen grandes ganancias, a menos que se tengan varias radios.
Antonio Soriano Periodista El Diario de Hoy	Más que todo por efectos económicos. Muchas veces no se tiene la capacidad financiera para invertir en una investigación o incluso para pagar un mejor equipo de periodistas. Es una de las grandes debilidades de la radio.

PREGUNTA No. 3

¿Cuál es su valoración acerca de la evolución de los espacios informativos en radio?	
<p>Lic. Narciso Castillo Director General Canal 33</p>	<p>Hay pasos para atrás y para adelante, así ha sido en los últimos años. Es mas, en tiempos difíciles de guerra, el periodismo informativo en radio era mejor. Los avances tienen que ver con las razones señaladas en el punto anterior.</p>
<p>Lic. Walter Raudales Director de Centro de Opinión Pública UFG</p>	<p>No ha evolucionado, en materia tecnológica, por supuesto que hay evolución, es una cosa casi natural. Desde que aparecen las cámaras digitales, aparece el Internet, sería absurdo negarlo, entonces la evolución se da por factores tecnológicos, que se tienen que dar, porque sino te quedas.</p>
<p>Licda. Nery Mabel Reyes Jefe de prensa YSKL</p>	<p>Sí se analiza desde el punto de vista de tiempo de transmisión de noticias en radio, puede decirse que no hubo evolución, al contrario se cerraron espacios. La evolución estará relacionada entonces a un nuevo diseño de noticias en cuanto a calidad, en cuanto a corrientes informativas, en cuanto a tecnología, hay una evolución en cuanto a profesionalismo, contenido, calidad, política informativa, la misma agenda noticiosa.</p>
<p>Lic. Iván Gómez Periodista Investigativo Revista Vértice El Diario de Hoy</p>	<p>Ha evolucionado en el sentido que hay más trabajo de radio en cuanto a la cobertura de agenda, pero le falta mucho más, le hace falta el peso de la información, le falta calidad.</p>
<p>Antonio Soriano Periodista El Diario de Hoy</p>	<p>Es muy buena. Por ejemplo, hoy tenemos espacios de debate, entrevistas, de opinión etc. Sin embargo, estos espacios se quedan cortos en ocasiones.</p>

PREGUNTA No. 4

¿A qué motivos atribuye la desaparición del espacio radiofónico de RCS?	
Lic. Narciso Castillo Director General Canal 33	Con un mercado pequeño y con prejuicio político no se puede hacer buena radio. Al final a los únicos que les va bien es a quienes se alinean con el punto de vista del gobierno o los inversores (gran empresa) o quienes hacen radio en pequeño: una consola y cuatro operadores que hoy se llaman DJ.
Lic. Walter Raudales Director de Centro de Opinión Pública UFG	El poder económico sigue siendo el primer poder en el paradigma y éste cierra filas contra todos los que lo critican, entonces las radios informativas fracasan porque la democracia salvadoreña no está preparada para tolerar medios independientes.
Lic. Iván Gómez Periodista Investigativo Revista Vértice El Diario de Hoy	Lo que mató el proyecto fueron básicamente dos factores un factor a nivel de presupuesto demasiados gastos, demasiada inversión, sin tener una educación en el ámbito de agencias de publicidad hacia la radio, y el factor político, la intolerancia política. Lo que pasa es que las circunstancias eran diferentes (las circunstancias se pintaban favorables para la economía para los negocios, pero no para la tolerancia política)
Antonio Soriano Periodista El Diario de Hoy	La RCS tengo entendido que cerró por problemas económicos que tuvieron que ver por un bloque comercial.

PREGUNTA No. 5

¿A qué atribuye que los espacios de información de otras emisoras se encuentren vigentes?	
Lic. Narciso Castillo Director General Canal 33	El caso YSUCA o Doble FF es que con propiedad de una institución que los subvencionan. No compiten dentro del ámbito comercial, como debiera ser.
Lic. Walter Raudales Director de Centro de Opinión Publica UFG	Yo evaluaría a la radio como un hermano invisible que te está acompañando en todos los momentos, pero cumple con un requisito básico, la inmediatez, entonces a nivel informativo si la radio no cumple con ese precepto y ese principio del ya, del este momento, de en vivo y sólo en ese sentido la radio ha tenido una gran involución.
Lic. Iván Gómez Periodista Investigativo Revista Vértice El Diario de Hoy	Generalmente los espacios más importantes son escuchados por tradición.
Antonio Soriano Periodista El Diario de Hoy	A lo mejor se debe porque complacen al aparato financiero. O a lo mejor obedece que por la misma superficialidad con que tratan los temas no les ocasiona un bloqueo.

PREGUNTA No. 6

<p>¿Qué piensa sobre la libertad que tienen las empresas de radio para cambiar los espacios de información por espacios de entretenimiento, económicamente más rentables?</p>	
<p>Lic. Narciso Castillo Director General Canal 33</p>	<p>Es lamentable. En algunos países más civilizados se obliga a los medios de comunicación que utilizan frecuencias electrónicas (propiedad de todos) a brindar los 3 servicios de la comunicación: información, entretenimiento y educación.</p>
<p>Lic. Walter Raudales Director de Centro de Opinión Pública UFG</p>	<p>Evidentemente el medio de comunicación es una empresa y tiene que sobrevivir, pero el hecho que sobreviva no significa que es más exitosa que otra. Si evaluamos el éxito a partir de los objetivos fundamentales, que son; libertad de expresión, información, educación, no se tendrá éxito, cuando se mezcla lo económico con lo informativo hay un sesgo de las cosas; porque, ¿qué es lo que pesa más, la información o la venta?.</p>
<p>Lic. Iván Gómez Periodista Investigativo Revista Vértice El Diario de Hoy</p>	<p>La radio es una libre empresa y sus propietarios pueden disponer de ella como más les parezca, el problema es que si es así, significa que han visto el espacio informativo con una visión lucrativa, es decir se está pendiente de qué es lo que resulta más atractivo económicamente, en ese sentido es falta de apertura y visión de parte de los empresarios frente a la comunicación.</p>
<p>Antonio Soriano Periodista El Diario de Hoy</p>	<p>Cada empresa privada tiene derecho de manejar su agenda como más le convenga. Otra cosa es si lo hacen bajo presión política.</p>

PREGUNTA No. 7

¿ Adónde cree que se dirige el futuro del periodismo radiofónico en el país?	
Lic. Narciso Castillo Director General Canal 33	A una revolución, que tiene que ver con el cambio social y político del país.
Lic. Walter Raudales Director de Centro de Opinión Pública UFG	Yo veo dos caminos: que el periodismo debe adaptarse a los elementos fundamentales que son la inmediatez, la cobertura en vivo, si no lo retoma tendrá que vivir a la saga de los otros medios, a futuro lo que viene es otro medio de comunicación que venga a integrar a la radio la televisión y la prensa juntas.
Lic. Iván Gómez Periodista Investigativo Revista Vértice El Diario de Hoy	Sobrevivencia, mientras no se logre educar a la población para que sienta la necesidad o tenga conciencia de la necesidad de estar informado, la radiodifusión estará en sobrevivencia.
Antonio Soriano Periodista El Diario de Hoy	La verdad hay avances en la radio, por ejemplo hoy tienen más cobertura (espacio). Las radio siguen existiendo. Que cambian de dueños y de ideología es otra cosa.

PREGUNTA No. 8

¿Cómo maneja usted la relación Empresa Radiofónica-Espacio de Noticias-Radio Escucha?	
Lic. Narciso Castillo Director General Canal 33	Las empresas de comunicación debieran ser sociedades compartidas, teniendo como principal socio a los radioescuchas. Falta conciencia del respeto que se debe al público.
Lic. Walter Raudales Director de Centro de Opinión Publica UFG	La relación es de exclusión, desequilibrio y poder en donde quien tiene la decisión es el propietario del medio, y el periodista es un simple empleado y peón de esa relación de desequilibrio y de injusticia.
Lic. Iván Gómez Periodista Investigativo Revista Vértice El Diario de Hoy	La gente escuchaba RCS por las noticias, por los constantes avances informativos, la relación se cumple ya que ésta es válida, la relación es buena y positiva, pero ésta depende de la dirección que tenga el medio, hasta dónde se quiere llegar, es una relación de mutuo ayuda.
Antonio Soriano Periodista El Diario de Hoy	Tienen un mayor número de personas que conocen la información. Eso se debe que por ser una aparato electrónico puede llegar hasta lugares que no puede entrar la prensa escrita.

PREGUNTA No. 9

¿Hacia que han evolucionado las emisoras informativas en El Salvador?	
Lic. Narciso Castillo Director General Canal 33	A la entretención.
Lic. Walter Raudales Director de Centro de Opinión Pública UFG	El periodismo radiofónico está estancado, no ha evolucionado y los periodistas se han convertido en casi unos "pone grabadora".
Lic. Iván Gómez Periodista Investigativo Revista Vértice El Diario de Hoy	Programas mal planificados, soeces, que le roban y ocupan el momento que deberían ocupar los espacios de información.
Antonio Soriano Periodista El Diario de Hoy	Se mantienen en ser meramente informativas. No, o muy poco han evolucionado. Yo no conozco una radio que tenga un formato completo (noticiero, entrevista, espacio de opinión, etc.). Que hay otro tipo de radio y que llevan la información de otra forma es otra cosa diferente a la evolución.

□ **Director y periodistas de YSKL**

PREGUNTA No. 1

¿Qué piensa sobre el periodismo radiofónico nacional?	
Licda. Nery Mabel Reyes Jefe de prensa YSKL	Es un periodismo serio que ha logrado ponerse a tono con las nuevas realidades del país, debemos siempre responder a la misma expectativa; la necesidad de la población de estar informada y nuestro ingrediente profesional estar preparado para trasladar la información lo más cercano posible a la verdad sin entrar en distorsión.
Walter Adalberto Alfaro (Experiodista de YSKL) Periodista de Cadena Sonora	El periodismo en general no es plenamente desarrollado, puesto que algunos medios de comunicación tienen un lineamiento político establecido. Los medios que tratan de ser independientes son señalados; para nombrar ejemplos hay que analizar los casos del canal doce y RCS.
Juan Carlos Torres Periodista de YSKL	Juega un papel muy importante para la información de todas las personas, que en algunos casos no tienen acceso a otro tipo de medios informativos más que la radio. Luego de la firma de los Acuerdos de Paz, los espacios informativos han tenido una expansión por la apertura de información que hoy tenemos, hoy es más fácil preguntarle a un funcionario de gobierno sobre algún tema por ejemplo.
Mario Zelaya Chamagua (Experiodista de YSKL) Periodista Canal 21	Es la iniciación de los periodistas, muchos periodistas comienzan a ejercer el periodismo en ese medio, es el medio en que más estudiantes de periodismo tienen el acercamiento, el periodismo radial es bonito pero tiene sus limitantes, la mayor parte de periodistas radiales son nuevos, son estudiantes de periodismo de las universidades que están haciendo sus pasantías, puesto que los periodistas más experimentados buscan otros medios (prensa escrita o televisión) donde se les reconozca económicamente mejor su trabajo.

PREGUNTA No. 2

¿Considera que los espacios informativos en radio son afectados por diversos factores económicos, políticos y sociales (dentro y fuera del medio)?	
<p>Licda. Nery Mabel Reyes Jefe de prensa YSKL</p>	<p>Creo que si influyen (los factores internos o externos) en la radio es menos que en los otros medios, donde hay una tendencia y en ocasiones hasta un listado de funcionarios que pueden y no pueden ser entrevistados, entonces; los internos están ligados a la política que dicta el dueño o los propietarios de una empresa de comunicaciones, si tienen una influencia directa en lo que puede ser el tratamiento de la noticia, ahora el reto que tenemos los periodistas es no permitir que esta influencia llegue a tal grado que pueda llegar a soslayar una realidad</p>
<p>Walter Adalberto Alfaro (Experiodista de YSKL) Periodista de Cadena Sonora</p>	<p>Si son afectados, si se le da cobertura a un hecho al cual los dirigentes gubernamentales no les agrada, como que hay un llamado de atención hacia el medio, procurando que la noticia no salga al aire o tratar la manera de cerrar los espacios, entonces eso indica que la radio está envuelta en una auto censura, un filtro que no permite que ciertas noticias se hagan públicas, lo cual en nuestro país la libertad de expresión promulgada no existe.</p>
<p>Juan Carlos Torres Periodista de YSKL</p>	<p>Los factores económicos, para lo que son estaciones nuevas puede influir, el factor político para algunas puede tener significado o injerencia en su contenido, pero hay otras radios que con el tiempo han podido solidificar y han podido ser más solventes que el factor económico no tenga mayor incidencia.</p>
<p>Mario Zelaya Chamagua (Experiodista de YSKL) Periodista Canal 21</p>	<p>Correcto, en el sentido que, en lo político a que se debe de pagar las ayudas a ciertos sectores, ejemplo; una radio, la Tele Corporación o las radios del candidato a la presidencia del partido oficial, tienen mayores prebendas, por las agencias de publicidad por el mismo hecho que los mismos dueños de las agencias publicitarias, son los miembros también de los partidos políticos, eso es el factor que más afecta a los espacios informativos en radio.</p>

PREGUNTA No. 3

¿Cuál es su valoración acerca de la evolución de los espacios informativos en radio?	
Licda. Nery Mabel Reyes Jefe de prensa YSKL	Es un periodismo serio que ha logrado ponerse a tono con las nuevas realidades del país, debemos siempre responder a la misma expectativa; la necesidad de la población de estar informada y nuestro ingrediente profesional estar preparado para trasladar la información lo más cercano posible a la verdad sin entrar en distorsión.
Walter Adalberto Alfaro (Experiodista de YSKL) Periodista de Cadena Sonora	Los espacios de información han cambiado bastante después de la guerra, hoy hay más tecnificación y una preparación del periodista, tanto en el campo como en las universidades, al prepararse mejor el periodista hay una mejor calidad en la recolección, tratamiento y emisión de la noticia. Entonces los pocos espacios han avanzado; en eso recordemos en el tiempo de la guerra la mayoría de los periodistas no procedían de las universidades, sino que eran formados en el campo.
Juan Carlos Torres Periodista de YSKL	Evolución sí se ha visto bastante, en cuanto a los espacios de opinión de diversas ideologías, hoy la población puede escuchar diferentes opiniones, escuchas diversas estaciones de radio y formarse un criterio, como ejemplos concreto pueden escuchar la Sonora, la red informativa de ARPAS e incluso la KL.
Mario Zelaya Chamagua (Experiodista de YSKL) Periodista Canal 21	Las evoluciones son realmente cortas, se observa mejor la evolución en cuanto a los mecanismos a utilizar para realizar las notas, avances tecnológicos, se recogían la noticia en carretes, hoy se hace con casete e incluso unos medios comienzan a usar el Mini Disk.

PREGUNTA No. 4

¿A qué motivos atribuye la desaparición del espacio radiofónico de RCS?	
Licda. Nery Mabel Reyes Jefe de prensa YSKL	Primero una administración empresarial que tenga claro el perfil de la radio, segundo por que no hay un compromiso por que responder Población.
Walter Adalberto Alfaro (Experiodista de YSKL) Periodista de Cadena Sonora	Yo considero que fue algún tema que tocaron ellos (Periodistas de RCS) el cual no le gustó al gobierno, probablemente eso fue lo que los afectó.
Juan Carlos Torres Periodista de YSKL	La desaparición de RCS se debe al factor económico, una radio puede ser buena, pero si no se tiene un respaldo publicitario, si no se tiene patrocinadores, si no se tiene la forma de cómo sostenerlo, se tendrá que retirar el espacio, el factor de las personas involucradas en ventas, los clientes no llegan solos, hay que saber venderles la idea. Al menos esa es la visión externa de lo que ha sucedido en el caso de RCS.
Mario Zelaya Chamagua (Experiodista de YSKL) Periodista Canal 21	RCS, fue consumida por la cuestión de la pauta comercial, a pesar de que inició como propietarios gente de La Prensa Gráfica y otros, fue luego vendida a la gente de la tecnológica, que trataron de rescatar la emisora, pero los gastos de mantenimiento eran muy fuertes, es decir que el mayor problema que enfrentan los espacios de información en radio y televisión.

PREGUNTA No. 5

¿A qué atribuye que los espacios de información de otras emisoras se encuentren vigentes?	
Licda. Nery Mabel Reyes Jefe de prensa YSKL	Las que sobrevivimos tenemos destinado un presupuesto para estar invirtiendo en periodistas, recursos tecnológicos, es decir hay una mística de posicionamiento de la radio.
Walter Adalberto Alfaro (Experiodista de YSKL) Periodista de Cadena Sonora	Se han mantenido porque han logrado vender lo que producen, que son las noticias.
Juan Carlos Torres Periodista de YSKL	El respetar un formato y la independencia que se tiene al momento de redactar la noticia, para nosotros esos aspectos son los que nos mantienen actuales.
Mario Zelaya Chamagua (Experiodista de YSKL) Periodista Canal 21	Si las radios no tienen un acogerse a ciertas estructuras políticas, las agencias de publicidad se encargan de cortarles la pauta comercial, por ende la radio se muere por no tener ingresos.

PREGUNTA No. 6

¿Qué piensa sobre la libertad que tienen las empresas de radio para cambiar los espacios de información por espacios de entretenimiento, económicamente más rentables?	
Licda. Nery Mabel Reyes Jefe de prensa YSKL	Si se observa desde el punto de vista empresarial es valido, pero desde el punto de vista del periodismo, las fuentes de empleo para periodistas son negativas, ya que eso significa que el universo donde se puede trabajar tiende a reducirse y nos quedamos a los pocos espacios que se puedan generar especialmente en radio.
Walter Adalberto Alfaro (Experiodista de YSKL) Periodista de Cadena Sonora	Para las empresas de radio es factible, pero quitar un espacio informativo para luego crear un espacio de entretenimiento, como que no es justo, porque el noticiario sirve para mantener informada a la población, que le sirve para enterarse de lo que pasa a su alrededor.
Juan Carlos Torres Periodista de YSKL	Es libertad de los propietarios, que puede ir en contra del pensamiento o del ideal del comunicador, pero hay que recordar que la radio mantiene un fin comercial y si los propietarios deciden suprimir el espacio informativo y convertirlo en un medio comercial, es criterio de cada uno de los dueños, con eliminar el espacio no creo que se esté privando la libertad de expresión a menos que existan presiones externas que obligue al propietario a cerrarlo.
Mario Zelaya Chamagua (Experiodista de YSKL) Periodista Canal 21	Cuando murió RCS y su frecuencia se convirtió en La Mejor FM, fue un cambio radical en cuanto al espacio de noticias, es casi una copia de noticias Cuatro Visión, sólo que en radio, la misma base de un periodismo sensacional ahora en radio, las noticias carecen de profundidad, utilizan notas frías, redacción de una o dos líneas, uno o dos audios (declaraciones) de cuatro o cinco segundos y muere termina la nota.

PREGUNTA No. 7

¿ A dónde cree que se dirige el futuro del periodismo radiofónico en el país?	
<p>Licda. Nery Mabel Reyes Jefe de prensa YSKL</p>	<p>Hay que estar vigilante de ese futuro y puede estar dirigido a la consolidación de una o dos radios especializadas en noticias en todo el país con un formato serio, profesional, probablemente eso sea el futuro del país o acordémonos que con los tratados de libre comercio la industria de la radio no está exenta de formar alianzas una alianza centroamericana para ir un poco más del área geográfica, por lo menos la KL tiene esa perspectiva de buscar a los salvadoreños en el exterior, así que las perspectivas son alentadoras.</p>
<p>Walter Adalberto Alfaro (Experiodista de YSKL) Periodista de Cadena Sonora</p>	<p>Si la situación política y económica actual se mantiene, los espacios informativos retrocederán a los tiempos de guerra, donde la censura era uno de los mecanismos para tapar la verdad.</p>
<p>Juan Carlos Torres Periodista de YSKL</p>	<p>Tiene un reto, en convertirse en un medio más investigativo, en ser un medio que marque agenda, y no quedarse con lo que otros medios explotan, creo que eso es lo que nos falta y nosotros (periodistas radiofónicos) le estamos apuntando, lograr ser un medio más investigativo, más fiscalizador y no ser un medio reaccionario o atento a una pauta o a una agenda preestablecida.</p>
<p>Mario Zelaya Chamagua (Experiodista de YSKL) Periodista Canal 21</p>	<p>El periodismo en radio se dirige a una muerte segura, es lamentable que radios que en tiempos del conflicto armado como YSKL, Sonora, YSU, que son de las primeras que iniciaron el periodismo en radio, solamente quede KL, que es la estación que goza de mayor fuerza en lo que respecta a periodismo radiofónico.</p>

PREGUNTA No. 8

¿Cómo maneja usted la relación Empresa Radiofónica-Espacio de Noticias-Radio Escucha?	
<p>Licda. Nery Mabel Reyes Jefe de prensa YSKL</p>	<p>El medio se torna trivial, no hay una concientización de la opinión pública o se aplican géneros que distorsionan la producción de noticias en radio, que ocasionan una desnaturalización de la profesión, que debe ser un periodismo serio responsable, y no una changoneta, pero la falta de visión empresarial de mantener esos espacios de noticias es lo que genera que se den ese tipo de revistas. El periodismo radiofónico no va a dejar de ser rentable mientras exista un interés de los profesionales de las comunicaciones de estar al servicio de la opinión pública. El radioescucha no va a estar esperando a que las noticias salgan al día siguiente, la gente quiere informarse ya, esa naturaleza de transmisión es la que puede marcar la diferencia entre una radio seria noticiosa con lo que puede ser intentos de informativos en radios juveniles o musicales.</p>
<p>Walter Adalberto Alfaro (Experiodista de YSKL) Periodista de Cadena Sonora</p>	<p>La empresa radiofónica es como su palabra lo dice una empresa, que produce algo para la venta, donde hay un oferente y un comprador. Bajo este sistema, la empresa de radio, vende su producto que es el espacio informativo que compra el radio escucha; el problema se genera cuando lo que se produce no cuaja con los intereses de cierto grupo y donde el divulgar la verdad puede acarrear consecuencias nefastas para el espacio.</p>
<p>Juan Carlos Torres Periodista de YSKL</p>	<p>Tiene que ser un triángulo equilátero, ninguno debe prevalecer sobre el otro, los tres deben estar mezclados, cuando tú recibes la comunicación del radio escucha, es porque el medio tiene credibilidad al momento de cubrir una nota, que luego se la tienes que comunicar a la empresa para que vean el impacto que tienen en la población.</p>
<p>Mario Zelaya Chamagua (Experiodista de YSKL) Periodista Canal 21</p>	<p>Esta relación se reduce a una palabra: "clientes". Las empresas ven a la población como puros clientes, un espacio de dónde poder sacar dinero, ya no se ve como la idea de informar a la población, tratar de ampliarle la mente a las personas sobre lo que se está viviendo en el país, únicamente se observa el espacio como una oportunidad para obtener dinero.</p>

Pregunta No. 9

¿Hacia que han evolucionado las emisoras informativas en El Salvador?	
Licda. Nery Mabel Reyes Jefe de prensa YSKL	Como que la inversión en noticias ya dejó de ser un atractivo para la industria radiofónica y el género se ha quedado más con el entretenimiento que con la función de informar.
Walter Adalberto Alfaro (Experiodista de YSKL) Periodista de Cadena Sonora	Algunas se han olvidado de la importancia de mantener informado a un país y se han convertido en "minitas de oro" para sus dueños, hay radios que tienen informativos que son más anuncios que otra cosa.
Juan Carlos Torres Periodista de YSKL	A entidades más fiscalizadoras del bien público, de los partidos políticos y de las instituciones.
Mario Zelaya Chamagua (Experiodista de YSKL) Periodista Canal 21	Más que evolución hay un retroceso, tanto en la reducción de los espacios informativos como en el nivel de análisis e interpretación de la noticia con el objeto de tener más espacio para la comercialización.

b) Análisis de respuestas

Las interrogantes estaban encaminadas a indagar cuál es la valoración de los sujetos de investigación en torno al periodismo radiofónico nacional; es decir, cómo interpretan la forma de hacer periodismo en las últimas décadas y cómo se manifiesta el factor económico en la radio. Esto permite observar una panorámica del desarrollo y evolución que perciben los profesionales del medio.

Las reacciones encontradas en los encuestados reflejan diversos puntos de vista con respecto al quehacer periodístico en radio, por ejemplo: Narciso Castillo, Walter Raudales, Nery Mabel Reyes, Iván Gómez, Mario Zelaya Chamagua y Juan Carlos Torres, aportaron sus valoraciones respecto al tema.

El actual director del canal 33, Narciso Castillo, apunta que al periodismo nacional le falta, entre otras cosas, mayor creatividad y profesionalismo. Esto, aunado con lo costoso que resulta hacer periodismo radiofónico, hace que cada día sea más complicado tener un verdadero informativo en radio, que esté comprometido con el derecho de la población a estar informado.

El comunicador recalca aún más que las empresas de radio optan por la programación de espacios que les represente menores costos y que generen altas ganancias. Este punto parece coincidir con lo expresado por el Lic. Walter Raudales que inclusive va más allá, al afirmar que el periodismo en radio está estancado, en el mejor de los casos; y en el peor, se observa un retroceso; en otras palabras, los espacios informativos han desaparecido.

Sin embargo, las valoraciones anteriores parecen contrastar con lo expuesto por la Licda. Nery Mabel Reyes, quien asegura que el periodismo radiofónico ha logrado sobrevivir a los tiempos de guerra, censura y represión, logrando acoplarse a los nuevos cambios en la agenda noticiosa.

Por su parte, el Lic. Iván Gómez apela a las características del medio, recordando que donde no llega la TV, llega la Radio, al enfatizar en las virtudes y eficacia del periodismo radiofónico.

Las opiniones de los comunicadores, aunque distinta, todas parecen concordar que al periodismo radiofónico le hace falta la profundidad en los temas, la conciencia de parte de las empresas de radio para permitir un periodismo libre sin censura ideológica y con un mayor presupuesto.

□ **Factores que influyen en la evolución y/o desaparición de los espacios noticiosos**

De acuerdo a la investigación, el 100% de los entrevistados coinciden en que los factores económicos y políticos ejercen influencia en el desarrollo del periodismo radiofónico, acelerando la desaparición o evolución de éste.

Al respecto y para corroborar el punto de los factores anteriormente mencionados por el académico Mario Cantarero que señala; *“En el ámbito del periodismo, la práctica investigativa no ha podido desarrollarse plenamente porque hay factores externos de orden académico-universitario, político, económico y jurídico que la limitan enormemente”*¹⁷.

El primer factor señalado es el económico, seguido del factor político. El económico se manifiesta en las pautas comerciales y en el presupuesto asignado para la producción del noticiario.

¹⁷ Cantarero, Mario Alfredo; “Periodismo de Investigación en El Salvador: amarrado a las presiones y los temores”, Revista electrónica Sala de Prensa <http://www.saladeprensa.org/> Enero 2002.

“Desde el punto de vista económico, la influencia sobre los medios de comunicación puede contemplarse en un doble aspecto. Por un lado, como presión proveniente de los anunciantes, lo que se vincula directamente con los índices de audiencia, que puede hacer desaparecer un programa en cuestión por no tener el suficiente apoyo económico para mantenerlo” ¹⁸.

El factor económico ejerce un efecto “tipo dominó” en las decisiones empresariales, teniendo como objetivo primordial recuperar la inversión, desligándose, casi por completo, de las funciones sociales del medio, educar, informar y entretener; funciones que deben cumplir todos los medios radiofónicos, pero que, muchas veces, son reducidos por el aspecto lucrativo.

El factor político se refiere al lineamiento editorial, que va de la mano con el aspecto comercial, las noticias obedecen a intereses económicos de parte de las empresas como producto de una inversión.

“El gran problema de los medios de comunicación social es que los que poseen o pueden utilizar los medios de comunicación transmiten los mensajes que convienen a sus intereses y en la forma que les es más útil” ¹⁹.

Los factores mencionados son los puntos de discusión al momento de crear un departamento de prensa en cualquier radio, en este sentido, se observan retrocesos y adelantos en materia de periodismo radiofónico.

Los retrocesos, según la licenciada Nery Mabel Reyes, están encaminados a los cierres de espacios noticiosos, y el aparente estancamiento en la producción de

¹⁸ Bernal, Labio Aurora, “La profesión periodística ante los intereses de la estructura informativa” edición primera, Universidad de Sevilla, España 2002. Pg. 102

¹⁹ Urquiza, Waldemar; “Medios de Comunicación Social en El Salvador”, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades Teoría y Praxis, edición primera, Universidad Don Bosco, Septiembre 2002. Pg.2

nuevos programas noticiosos que realmente informen al radio escucha en vez de entretenerlo.

En cuanto a los adelantos, se destacan el cambio de agenda noticiosa, la “supuesta libertad de expresión” y los avances tecnológicos que facilitan de alguna manera el quehacer periodístico.

Pero si bien es cierto, hoy se utiliza la tecnología para hacer el trabajo periodístico más eficiente, los vacíos y problemas de antaño no se han superado. Si antes la censura era producto de la explosión de una bomba o la desaparición de un periodista, hoy la forma de impedir la libre información es bajo la sutileza del bloqueo económico.

Los espacios informativos se han visto reducidos y, en el peor de los casos, desaparecido por completo, como consecuencia de la intolerancia política, que impide al periodista informar con objetividad, y la falta de creatividad al adaptarse a los cambios de agenda noticiosa, son factores que, a la postre, acaban con los avances noticiosos.

Pese a los problemas, las radios que mantienen espacios informativos han encontrado, después de la firma de los Acuerdos de Paz, una oportunidad, casi única, para expandir su agenda noticiosa y desarrollar programas informativos distintos a los que se realizaron en tiempos del conflicto armado. Lo que para algunos especialistas, el cese del conflicto armado significó la reducción paulatina de los espacios noticiosos; para otros, fue la luz de esperanza para encarar los nuevos retos fuera del peligro de las balas.

□ **Evolución y desaparición de los formatos informativos en radio.**

La influencia de los factores políticos y económicos se manifiestan en el momento de hacer periodismo (desde la recolección del hecho noticioso, hasta la emisión de la nota). En concordancia con las respuestas de los entrevistados, éstas reflejaron una realidad casi indiscutible: la intolerancia política y los problemas de presupuesto llevaron a la desaparición de RCS.

Los programas de RCS daban un paso adelante con la transmisión de programas de análisis, realizados por un cuerpo de periodistas experimentados. Se conformaba una nueva forma de hacer periodismo en radio, en el que se empezaba a profundizar en los temas, logrando lo que sólo algunos periódicos nacionales han alcanzado: un periodismo analítico con base a la investigación.

La desaparición, afirma Raudales, se debe más que todo a la intolerancia de los gobiernos y de la empresa privada a aceptar la verdad, pasando por alto el nivel democrático adquirido luego de la concreción de la Paz.

En cambio la permanencia de los espacios informativos en la radio se debe, según los encuestados, básicamente a la combinación de la planificación y distribución de los presupuestos asignados, la mística de servicio, el profesionalismo con que se abordan los temas y el posicionamiento en la mente de los radioescuchas (tradición) son los que, al parecer, mantienen vigentes los pocos espacios de información.

A lo anterior se le puede sumar la complacencia de algunos medios de comunicación con los temas de fondo, que comprometen o ponen en peligro la pauta comercial en tales estaciones.

El éxito de las emisoras que conservan espacios de información se ve en la encrucijada de decir la verdad, aún a costa de perder los favores del cliente o mantener un bajo perfil (no aplicar los criterios de objetividad), mientras pasa los hechos de importancia, alejándose más del periodismo independiente.

□ **Libertad empresarial contra función social de los medios**

Si bien es cierto la radio comercial es una empresa privada con fines de lucro, no deja de ser un medio con funciones sociales; entonces, las estaciones que adquieren el carácter privado se desligan de la obligación de informar, educar y entretener y si lo hacen, siempre buscan obtener alguna remuneración.

Entonces ¿se debería obligar a las emisoras a cumplir, por lo menos, con las funciones de educar, entretener e informar? Para el Lic. Narciso Castillo, el indicativo de avance democrático se manifiesta en el mantenimiento de la función social del medio.

Evidentemente, las empresas de radio tienen que buscar una estabilidad económica, que puede realizarse con buenos informativos, lo que no es permisible es que el factor comercial dicte las políticas informativas y que la agenda noticiosa gire en torno a la obtención de ganancias.

En consecuencia, las tendencias del futuro del periodismo en radio son diversas, por un lado, algunos encuestados afirman que se acerca a una revolución dictada por los movimientos políticos y sociales del país. Por otra parte, se afirma que de no lograr una adaptación a tales cambios, se estará condenado al periodismo radiofónico a tomar un papel pasivo en los momentos trascendentales del país.

□ **La relación Empresa Radiofónica-Espacio de Noticias-Radio Escucha**

Según los profesionales consultados en esta investigación, la relación radica en el equilibrio que debe seguir el medio radiofónico con el escucha. Las opiniones son diversas; unos explican que debe ser como un triángulo equilátero en el cual ningún actor debe estar sobre otro.

Sin embargo, hay empresarios de medios de comunicación, contrastan la palabra empresa y la asocian definitivamente con la obtención de ganancias económicas. Al decir empresa de radio, la conexión con el escucha es casi por inercia una relación de cliente, olvidando el carácter social por el carácter económico.

Según Lic. Walter Raudales, los espacios de información ya no son *“el cuarto poder”*, se han convertido en el primer poder por cuanto éstos están vinculados con cuestiones políticas y económicas, una precisión que debe analizarse con cuidado, ya que es muy aventurado afirmarlo sin mayores elementos de juicio, como se ha constatado en esta investigación.

VIII. Conclusiones.

Las valoraciones que se han descubierto por medio de la presente investigación, no pueden plantearse de forma general, sino que deben realizarse según cada una de las unidades de análisis observadas y utilizadas dentro de todo el proceso de estudio.

Después de analizar la investigación se concluye lo siguiente:

- ❑ Los espacios informativos radiofónicos desaparecen debido a la intolerancia política de los gobiernos en turno y la empresa privada, las críticas a determinados grupos de poder son un punto intratable en las agendas noticiosas de las radios, puesto que gozan de la preferencia del gobierno.
- ❑ La desaparición de RCS se debió a la intolerancia política estrechamente ligada al factor económico, en el contexto de una democracia que después de la firma de los acuerdos de Paz, aun no termina de consolidarse.
- ❑ La mala comercialización de los espacios informativos es una consecuencia de la intolerancia política que ejerce su influencia a través del factor económico, al retirar la publicidad a tales medios.
- ❑ Sólo las radios del sector empresarial afines a los criterios ideológicos del gobierno son las privilegiadas en recibir las cuentas publicitarias elevadas, ya que ésta no es asignada por el nivel de independencia y objetividad, sino por simple afinidad partidista.
- ❑ La información canalizada por los medios radiofónicos existentes en la actualidad se ofrece en virtud de criterios políticos y económicos, que no tienen que ver, precisamente, con el desarrollo del periodismo objetivo

- Al no experimentarse un nivel de tolerancia política por parte de los gobiernos en turno, las radios que intenten hacer un periodismo investigativo serán objeto de bloqueos, generalmente de tipo publicitario.
- La función social del medio de comunicación (radio) se ve limitada por la conveniencia económica, al producir programas de entretenimiento, contra espacios de información, que orienten a la población.
- Desde la firma de los Acuerdos de Paz hasta la fecha (diez años), los espacios informativos no han evolucionado; en gran medida, se sigue informando igual que hace veinte años y los pocos avances se resumen en adelantos puramente tecnológicos.
- La independencia del periodista para informar está supeditada a la autocensura del medio en donde trabaja, dando paso a la manipulación de la información.
- Los medios radiofónicos se caracterizan en la actualidad por un servicio público esencial, pero al mismo tiempo se han convertido en instrumentos publicitarios, donde la idea de servir se subordina a la rentabilidad de éste, es decir obtener más Raiting.
- Las radios deberían trabajar por recuperar los espacios informativos independientes, con objetividad y profesionalismo; se deben definir claramente los límites entre el desarrollo periodístico y la propaganda política.

- La relación existente entre las empresas de radio, espacio informativo y el radioescucha, se ve limitada a la simple acción comercializadora (empresa que vende y cliente que compra), por tal motivo, las empresas de radio reducen la función social en el medio.
- De acuerdo con los resultados de la investigación, la mayoría de los encuestados afirma que los espacios informativos desaparecen, generalmente, por la combinación de factores económicos y políticos que determinan la línea ideológica de la empresa.
- Radio YSKL se mantiene vigente al dar un tratamiento noticioso tradicional, sin que se observen avances en cuanto a la profundidad en los temas de la agenda diaria; ya que el informativo de YSKL sigue aferrado a patrones noticiosos anticuados, aún así, sigue manteniéndose en el primer lugar en el ranking de estaciones noticiosas, eso debido a la tradición del medio.
- Los periodistas aseguran tener independencia editorial; pero, al final, lo que termina imponiéndose es el criterio y la ideología del dueño del medio.
- La metodología utilizada fue una herramienta fundamental para el desarrollo de la investigación. El empleo del método dialéctico ayudó a comprender los cambios evolutivos de las radios estudiadas.

Bibliografía

1. Asociación Salvadoreña de Radiodifusores, ASDER; “Revista ASDER 1999 – 2001”, sin edición, San Salvador, El Salvador.
2. Cantarero, Mario Alfredo; “Periodismo de Investigación en El Salvador: amarrado a las presiones y los temores”, Revista electrónica Sala de Prensa <http://www.saladeprensa.org/> Enero 2002.
3. C. Marx; “El Capital”, Revista Economía II, sin edición, Alemania 1986.
4. Hernández Sampieri, Roberto y otros; “Metodología de la investigación”, sin edición.
5. Joao Oscar Picardo; “Periodismo comprometido... ¿con quién?”, Revista electrónica Probidad, Edición Dieciocho, Marzo/2002.
6. Revista ECA; “La Libertad de Expresión y voluntad de verdad”, Mayo 2002.
7. Rodríguez Díaz, Mauro; “Radio Periodismo”, Editorial Oriente, Edición primera, Santiago de Cuba, 1981.
8. Revista electrónica Sed; “Metodología de Investigación”, sin edición, Julio 2002.
9. Smeets Marylene; “El Periodismo en la Etapa de la Post guerra”, Revista electrónica Sala de Prensa, sin edición, Agosto 1999, p. 3.
10. Vizcarra, Silvia; “La responsabilidad Social del Periodista, frente a la noticia como mercancía”, Revista Latina de Comunicación Social, <http://www.ull.es/publicaciones/latina>, La Laguna (Tenerife) enero 2002.
11. José Luis Monreal; “Océano Uno”, edición 1992, Bogotá, Colombia
12. Urquiza, Waldemar; “Medios de Comunicación Social en El Salvador”, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades Teoría y Praxis, edición primera, Universidad Don Bosco, Septiembre 2002.
13. Salvador Mercado H.; “¿Cómo hacer una tesis?” segunda edición, editorial limusa, sa de cv, México 1994.

14. J. Herbert Altschull; “Agentes de poder, la influencia de los medios informativos en los asuntos humanos”, editorial publigráficos, S.A. México 1988.
15. Moore, Ruth “Evolución”, colección de la naturaleza de Time Life, edición tercera, México D.F. 1982
16. Boolootian, Richard A. “Fundamentos de la Zoología”, editorial Limusa, edición primera, México D.F, 1988.
17. Bernal, Labio Aurora, “La profesión periodística ante los intereses de la estructura informativa” edición primera, Universidad de Sevilla, España 2002.
18. Castillo, Narciso, “Entrevista sobre los medios de comunicación radiofónicos”, San Salvador Marzo 2003.
19. Revista de Ranking de audiencia “Rivera Media”, edición diciembre, Rivera Media, S.A DE C.V. San salvador 2002.
20. www.sijet.gob.sv
21. Salvador Sánchez Cerén y Otros “Acuerdos Hacia una Nueva Nación” Primera Edición, San Salvador 1992.

ANEXOS

ANEXO 1

INSTRUMENTO UTILIZADO PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

“ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INFLUYERON EN LA EVOLUCIÓN Y/O DESAPARICIÓN DE LOS ESPACIOS NOTICIOSOS EN YSKL Y RCS EN EL PERIODO 1992 – 2002”

La presente encuesta pretende indagar sobre las valoraciones que usted tiene sobre los factores que influyen en la evolución y/o desaparición de los espacios noticiosos luego de la firma de los acuerdos de paz.

Guía de preguntas para los sujetos de investigación.

1. ¿Qué piensa sobre el periodismo radiofónico?
2. ¿Considera que los espacios informativos en radio son afectados por diversos factores (internos o externos) económicos, políticos y sociales?
3. ¿Cuál es su valoración acerca de la evolución de los espacios informativos en radio?
4. ¿A qué motivos atribuye la desaparición del espacio radiofónico de RCS?
5. ¿A qué atribuye que los espacios de información de otras emisoras se encuentren vigentes?
6. ¿Qué piensa sobre la libertad que tienen las empresas de radio para cambiar los espacios de información por espacios de entretenimiento, económicamente más rentables?
7. ¿Adónde cree que se dirige el futuro del periodismo radiofónico en el país?
8. ¿Cómo maneja usted la relación Empresa Radiofónica-Espacio de Noticias-Radio Escucha?
9. ¿Hacia qué han evolucionado las emisoras informativas en El Salvador?

ANEXO 2

Entrevista con Narciso Castillo

¿Qué piensa sobre el periodismo radiofónico nacional?

Que la falta agilidad, creatividad y profundidad. Desgraciadamente en radio es más difícil hacer periodismo, porque el periodismo es caro y el mercado radial es pobre. Las radios que logran mayor rating y mejores niveles de ingreso publicitarios son las que no hacen periodismo, solo son de entretenimiento. Se puede hacer mucho más, falta conciencia de parte de los empresarios que invierten en radio.

¿Considera que los espacios informativos en radio son afectados por diversos factores (internos o externos)?
Sí. Los afecta el mercado publicitario pequeño y también el prejuicio político de la mayoría de los inversores.

¿Cuál es su valoración acerca de la evolución de los espacios informativos en radio?

Hay pasos para atrás y para adelante, así ha sido en los últimos años. Es más, en tiempos difíciles de guerra, el periodismo informativo en radio era mejor. Los antinajos tienen que ver con las razones señaladas en el punto anterior.

¿A qué motivos atribuye la desaparición del espacio radiofónico de RCS?

A los motivos señalados en el punto 2. Con un mercado pequeño y con prejuicio político no se puede hacer buena radio. Al final a los únicos que les va bien es a quienes se alinean con el punto de vista del gobierno o los inversores (gran empresa) o quienes hacen radio en pequeño: una consola y cuatro operadores que hoy se llaman DJ.

¿A qué atribuye que los espacios de información de otras emisoras se encuentren vigentes?

Al punto anterior. El caso YSUCA o Doble FF es que con propiedad de una institución que los subvencionan. No compiten dentro del ámbito comercial, como debiera ser.

¿Qué piensa sobre la libertad que tienen las empresas de radio para cambiar los espacios de información por espacios de entretenimiento, económicamente más rentables?

Es lamentable. En algunos países más civilizados se obliga a los medios de comunicación que utilizan frecuencias electrónicas (propiedad de todos) a brindar los 3 servicios de la comunicación: información, entretenimiento y educación.

¿Adónde cree que se dirige el futuro del periodismo radiofónico en el país?

A una revolución, que tiene que ver con el cambio social y político del país.

¿Cómo maneja usted la relación Empresa Radiofónica-Espacio de Noticias-Radio Escucha?

Las empresas de comunicación debieran ser sociedades compartidas, teniendo como principal socio a los radioescuchas. Falta conciencia del respeto que se debe al público.

¿Hacia que han evolucionado las emisoras informativas en El Salvador?

A la entretenimiento.

¿Cómo y por qué surge el proyecto de RCS?

RCS nace producto de una frecuencia radial otorgada a José Alfredo Dutriz, en ese entonces gerente general de La Prensa Grafica. Cuando José Alfredo me contrata como director de La Noticia (periódico propiedad de LPG) me pide que paralelamente le haga un proyecto para una emisora radial. Por esos mismos días empezaban a agudizarse los problemas entre José Alfredo y su familia, propietarios de LPG, los que terminan con la salida de José Alfredo del Diario. Al producirse este hecho, nos vimos juntos y echamos a andar el proyecto radial. El proyecto en si se cuajó en 4 meses. Luego se decidió el formato, la compra de equipos y la salida al aire.

¿Por qué desaparecen espacios informativos como los de RCS, si en su momento se consideró un ejemplo de pluralismo ideológico?

¿Por que no tenemos aun como sociedad y en los sectores de poder una verdadera conciencia democrática?. No hemos entendido que el mejor sistema que nos conviene es la democracia.

¿Cómo se aplican las políticas informativas en el medio radiofónico?
En la mayoría de los casos de acuerdo al pensamiento político de los propietarios.

¿Qué papel juegan los espacios informativos en la estación de radio?
En El Salvador muy poco.

¿Cuál es la proporción de los espacios informativos con respecto a los espacios de entretenimiento difundidos en la estación de radio para la cual trabaja?
Yo creo que ni siquiera alcanzan el 5 por ciento.

Entrevista con Walter Raudales

¿Qué piensa del periodismo radiofónico?
El periodismo radiofónico en el país está estancado, no ha evolucionado y los periodistas se han convertido en casi unos pone grabadora, desgraciadamente el aspecto comercial y el aspecto económico se han tragado el aspecto periodístico, ahora es más importante la venta que la producción de la noticia.

Cuando se hace un estudio comparativo, entre sí “x” ha evolucionado con referencia a “y”, tienes que definir cual es la “y”, la x es evolución con base a que y, te vas ha encontrar con una época de oro de la radio que efectivamente no tenia esa tecnología, pero es una radio inigualable, con una creatividad, con unos niveles de capturar la sintonía de los oyentes como ningún otro, claro que hay elementos, como en esa época no existía el cable, la televisión no estaba desarrollada, los periódicos iban a la saga hoy ha cambiado todo eso.

¿Considera que los espacios informativos en radio son afectados por diversos factores (Económicos, políticos y sociales)
Básicamente por el económico, en el sentido de que ahora el paradigma de la sociedad ha cambiado, es decir ya no son los tres poderes del estado como se conocía según lo planteado por Montesquie en la republica Francesa, sobre los tres poderes del estado, ejecutivo, legislativo y judicial, ese paradigma de los tres poderes ya desapareció, hay un nuevo paradigma en donde el primer poder es el poder económico, el segundo poder es el poder mediático, el tercer poder es el poder político (ejecutivo, legislativo y judicial) por tanto todo lo que los medios hagan están influidos por esa relación de poder. El primer poder es el poder económico.

¿Cuál es su valoración acerca de la evolución de los espacios informativos en radio?
No ha evolucionado, la radio y la comunicación en general como se promueve como se anuncia, porque quienes lo anuncian son los que quieren aparecer como abanderados de la modernidad, entonces hay que hacer una valoración sobre que es se está juzgando como evolución, en materia tecnológica, por supuesto que hay evolución, es una cosa casi natural.
Desde que aparecen las cámaras digitales, aparece el Internet, seria absurdo negarlo, entonces la evolución se da, por factores tecnológicos, que se tienen que dar por que sino té quedas.

¿Qué piensa del termino “noticia como mercancía”?

Exactamente vender el espacio noticioso, venta y noticias.
El asunto es que hay un gran problema, si el éxito lo valoras en función de las ventas, estamos en problemas, yo creo que la evaluación del éxito de una estación de radio no debe ser sí vendo mas o menos que el otro,

¿Qué piensa sobre la libertad que tienen las empresas de radio para cambiar los espacios de información por espacios de entretenimiento, económicamente más rentables?
Evidentemente el medio de comunicación es una empresa y tiene que sobrevivir, pero el hecho que sobreviva no significa que es más exitosa que otra. Si evaluamos el éxito a partir de los objetivos fundamentales, que son; libertad de expresión, información, educación, vas a salir aplazado, no se tendrá éxito, cuando sé mezcla lo económico con lo informativo hay un sesgo de las cosas, porque que es lo que pesa mas la información o la venta, ejemplo en honduras se accidentó un avión de TACA que se le averió el tren de aterrizaje, salió en los cables noticiosos, todas las radios la tenían, pero como TACA es el cliente mas importante, los Salvadoreños no tenían derecho a informarse de que TACA se había accidentado, entonces se guardan la noticia, el canal que lo sacó que fuel el 21 le costó el puesto al compañero que estaba de jefe de prensa que estaba en ese entonces que era Hugo Pesa, lo despidieron por sacar una noticia contra TACA, las Ventas se nos caen, y efectivamente la compañía retiró la publicidad al canal y ahí murió, el tipo perdió su trabajo, no

hay informativo independiente, lo que hay es noticia que abonan en las ventas de un medio de comunicación, desgraciadamente así es.

¿A qué atribuye que los espacios de información de otras emisoras se encuentren vigentes?

Creo que ha habido épocas de la radio en que la radio tiene que cumplir con ciertos objetivos, yo evaluaría ha la radio como un hermano invisible que te está acompañando en todos los momentos, pero cumple con un requisito básico, la inmediatez, que se podría resumir en una palabra es ya, entonces a nivel informativo si la radio no cumple con ese precepto y ese principio del ya, del este momento, de en vivo, y solo en ese sentido la radio ha tenido una gran involución.

La radio ha crecido en cobertura, hoy hay mas repetidoras, en eso sí, pero en la esencia de la radio no ha crecido.

¿Por qué fracasan proyectos como el de RCS?

Fracasan por que se desligan la parte de ventas de la parte informativa, al desligarlo resulta que te aplican bloqueos económicos, el poder económico sigue siendo el primer poder en el paradigma y este cierra filas contra todos los que lo critican, entonces las radios informativas fracasan porque la democracia Salvadoreña no está preparada para tolerar medios independientes. El poder político es retrogrado y que es un poder económico obcecado que no pueden ver mas allá de sus fronteras y es una democracia ni siquiera incipiente, en el Reino Unido, el primer ministro Tony Blair, apoya la guerra en Irak, los medios más críticos a la decisión del primer ministro fue la BBC de Londres radio y BBC de Londres TV, aun cuando estas estaciones son del estado, claro con respeto con profesionalizo, transmitían las protestas en las calles contra de lo que decía el presidente de la republica, que se necesita se necesita un nivel de madurez, de profesionalizo, madurez democrática, la RCS comenzó se atrevió hacer análisis y entró en un caos, se le cortaron los anuncios, los empresarios nacionales no está preparado, tenemos millonarios que están en El estado que no han sido capaces de entender que la democracia crece en la medida en que hay contradicciones.

¿RCS experimentó problemas similares a los que hoy está viviendo el canal 12?

Aun con los bloqueos la radio sobrevivía, el problema no hay que centrarlo en bloqueos económicos sino que fue una estrategia al mas alto nivel para hacerla desaparecer, la radio sobrevivió al bloqueo, salió más fácil comprar la radio y luego desaparecerla.

¿Cuál es el futuro del periodismo radiofónico?

Yo veo dos caminos que el periodismo debe adaptarse a los elementos fundamentales que son la inmediatez, la cobertura en vivo, si no lo retoma tendrá que vivir a la saga de los otras medios, a futro lo que viene es otro medio de comunicación que venga a integrar a la radio la televisión y la prensa juntas.

El periódico se vende por que tiene noticias pero la noticia no puede estar supeditada a información, nombro un caso, los periódicos nuestros son mas ventas (publicidad) que periódico (noticias) si se miden en pulgadajes el 80 por ciento es publicidad, el 20 por ciento es entre noticia y opinión, no puede ser así, entonces no son noticias de verdad sino negocios de verdad. La venta y la noticia no es que tengan que estar separadas sino que tienen que ser dos hermanos distintos de una familia que se respetan, si yo le doy anuncios a una radio no significa que por eso dejaré de sacar noticias de TACA, si la información está para velar por los intereses de la población.

¿Cómo maneja la relación empresa de radio-espacio de noticias-radio escucha?

Empresa de noticias es un propietario, que tiene una empresa que necesita que sea rentable, el espacio informativo sería el mensaje el contenido que se da y el radioescucha seria el receptor, hay una relación de desequilibrio, de falta de equidad en la transmisión de los mensajes, entonces el propietario de la empresa radiofónica decide, tiene un triple poder, el primer poder es la agenda Zeting, que es el poder de decidir que es noticia y que es noticia no es noticia, el segundo poder es el cómo se maneja la noticia que se decidió que sea noticia en la forma como se redacta en la forma como se envía al publico, y el tercer poder empresarial de decidir a quien contratar, en cuanto a la parte informativa desgraciadamente yo la veo supeditada a la Parte económica, no ha logrado esa independencia, no solo la gente que hace periodismo, las agencias de publicidad no han entendido que se pueden criticar a sus clientes en los medios, se ha dado ese salto democrático están aun en la época feudal en donde el señor feudal dictaba las normas por que el era el propietario de las tierras, se esta viviendo en nuestras épocas con un comportamiento feudal y en la parte del receptor sumiso, un receptor silenciado excluido del procesos de comunicación, más que consumidor, es decir no tiene participación, la retroalimentación es una mentira, es un invento del propietario del medio. En síntesis

la relación es de exclusión, desequilibrio y poder en donde quien tiene la decisión es el propietario del medio, y el periodista es un simple empleado y peón de esa relación de desequilibrio y de injusticia.

Entrevista con Nery Mabel Reyes

¿Qué piensa sobre el periodismo radiofónico?

Es un periodismo serio que ha logrado ponerse a tono con las nuevas realidades del país y que tenemos los mismos desafíos que otros géneros periodísticos, televisión medio impreso, debemos siempre responder a la misma expectativa; que por un lado es la necesidad de la población de estar informada y nuestro ingrediente profesional estar preparado para trasladar la información lo más cercano posible a la verdad sin entrar en distorsión, creo que la responsabilidad del periodismo no es específica de un género, sino de un gremio de profesionales como todos los gremios que existen

¿Considera que los espacios informativos en radio son afectados por diversos factores (internos o externos)?

La radio en El Salvador ha tenido como mayor pluralidad, por que hay una gama empresarial de radio, ha diferencia de la televisión y los medios impresos son como sectores muy conservadores los que por hoy tienen el control y lo han tenido históricamente, la radio se ha caracterizado por tener mayor pluralidad y esto obliga a que haya también digamos aun que sea un empresario muy conservador, también busque ponerse a tono con la competencia en cuanto a mantener ese ingrediente de la pluralidad y de permitir mayores espacios de los actores de la vida económica, política y social del país.

Creo que si influyen (los factores internos o externos) en la radio es menos que en los otros medios, donde digamos hay una tendencia y en ocasiones hasta un listado de funcionarios que y no pueden ser entrevistados, entonces; sí los factores externos e internos que los internos están ligados a la política que dicta el dueño o los propietarios de una empresa de comunicaciones, si tienen una influencia directa en lo que puede ser el tratamiento de la noticia ahora el reto que tenemos los periodistas es como de no permitir que esta influencia llegue a tal grado que puede llegar un momento soslayar una realidad

¿Cuál es su valoración acerca de la evolución de los espacios informativos en radio?

La evolución habrá que abordarla desde el punto de vista del avance que el medio ha experimentado, pues yo recuerdo que antes de los acuerdos de paz, existían más espacios noticiosos en radio que después de la firma, si se analiza desde el punto de vista de tiempo de transmisión de noticias en radio, puede decirse que no hubo evolución, al contrario se cerraron espacios.

La evolución estará relacionada entonces a un nuevo diseño de noticias en cuanto a calidad, en cuanto a corrientes informativas, en cuanto a tecnología, recuerdo que antes andábamos con las monedas para transmitir el hecho en vivo por teléfono publico, hoy se hace por la tecnología celular, las radios pueden tener su línea electrónica para transmitir un poco mas de las fronteras patrias y viceversa, creo que en ese sentido hay una evolución en cuanto a profesionalismo, contenido, calidad, política informativa, la misma agenda noticiosa.

¿Hacia que han evolucionado las emisoras informativas en El Salvador?

En cuanto a espacios para difundir noticias yo creo que hubo no un estancamiento, puesto que ni siquiera se tienen los espacios que teníamos, sino prácticamente un retroceso, porque muchas radios cerraron sus espacios de noticias, recordamos la YSU, una radio que al final se quedó sin un cuerpo periodístico, Sonora que en tiempos de guerra mantuvo una hegemonía noticiosa, ahora contrata personal a medio tiempo, como que la inversión en noticias ya dejo de ser un atractivo para la industria radiofónica y el género se ha quedado más con el entretenimiento que con la función de informar, los cambios en cuanto a contenido, calidad, son cambios positivos, como todo cambia se tubo que dejar las temáticas de guerra, presupuestos militares, acciones de comandos guerrilleros y conocer de la inflación, los componentes de un tratado de libre comercio, como se aplica la reducción arancelaria, entonces los periodistas fuimos cambiando la agenda noticiosa y respondiendo a temas de un interés

¿A qué atribuye que los espacio informativos que mantiene YSKL se encuentren vigentes?

Primero una administración empresarial que tiene claro el perfil de la radio, los propietarios dicen que su fuerte son las noticias y deportes, a los empresarios no les importa no ser una radio musical, pues consideran la música como un relleno, la radio tiene muy definido los segmentos en los que está fundamentada su programación de ahí que ellos vean en las noticias su mercancía, como cualquier otra empresa privada que busca su rentabilidad entonces se arman los paquetes noticiosos para comercializarlo y tienen también destinado un presupuesto para estar invirtiendo en periodistas, recursos tecnológicos, es decir hay una mística de posicionamiento de la radio que ellos dicen que por más de 40 años no quieren perder esa posesión de noticias, y segundo por que hay un compromiso por que responder.

¿Qué piensa sobre la libertad que tienen las empresas de radio para cambiar los espacios de información por espacios de entretenimiento, económicamente más rentables?

Si se observa desde el punto de vista empresarial es válido, pero desde el punto de vista del periodismo, las fuentes de empleo para periodistas son negativas, ya que eso significa que el universo donde se puede trabajar tiende a reducirse y nos quedamos a los pocos espacios que se puedan generar especialmente en radio; Son dos enfoques, uno para las empresas de radio, con lo que pagaban un departamento de prensa pueden hoy pagar la secretaria, el contador y el locutor que les haga el turno y esto implica rentabilidad, pero por otro lado las fuentes de empleo se cierran y también la función de los medios se fragmenta pues recordemos que el medio debe informar, educar, entretener etc.

¿Cómo maneja usted la relación Empresa Radiofónica-Espacio de Noticias-Radio Escucha?

El medio se torna trivial, no hay una consientización de la opinión pública o se aplican géneros que distorsionan la producción de noticias en radio, por ejemplo usted puede escuchar a un DJ leyendo el diario y haciendo su comentario de lo que él cree que puede ser la realidad, sin tener una formación o ir a la conferencia de hablar con el funcionario, eso lo que ocasiona es una desnaturalización de la profesión que debe ser un periodismo serio responsable, y no una changoneta, pero la falta de visión empresarial de mantener esos espacios de noticias es lo que genera que se den ese tipo de revistas. En la mañana la KL tiene aquí a 6 periodistas tratando de hacer un periodismo serio pero es un paquete publicitario más cara que el de un locutor entrevistando a un funcionario en un programa cómico, la gente se va con quien le venda más barato, al final y al cabo la gente probablemente no reconozca la calidad, son entonces algunas desventajas. El periodismo radiofónico no va a dejar de ser rentable mientras exista un interés de los profesionales de las comunicaciones de estar al servicio de la opinión pública. El radioescucha no va a estar esperando a que las noticias salgan al día siguiente, la gente quiere informarse ya, esa naturaleza de transmisión es la que puede marcar la diferencia entre una radio seria noticiosa con lo que puede ser intentos de informativos en radios juveniles o musicales

¿Qué papel juegan los espacios informativos en la estación de radio?

La gente sabe que YSKL no es una radio musical sino que informativa los dueños saben eso, lo fuerte son las noticias.

¿Cuál es la proporción de los espacios informativos con respecto a los espacios de entretenimiento difundidos en la estación de radio para la cual trabaja?

Un 60 % de espacios en cuanto a noticias, el otro 40% no es de entretenimiento sino que un 25% deportes que es otro tipo de periodismo informativo un 15% en programas de música, religiosos, programas infantiles

¿ Adónde cree que se dirige el futuro del periodismo radiofónico en el país?

Hay que estar vigilante de ese futuro y puede estar dirigido a la consolidación de una o dos radios especializadas e noticias en todo el país con un formato serio, profesional, probablemente eso sea el futuro del país o acordémonos que con los tratados de libre comercio la industria de la radio no está exenta de formar alianzas una alianza centroamericana para ir un poco más del área geográfica, por lo menos la KL tiene esa perspectiva de buscar a los salvadoreños en el exterior, así que las perspectivas son alentadoras

Entrevista con José Iván Gómez Rojas

¿Qué piensa sobre el periodismo radiofónico nacional?

Es un buen punto para que la gente que no tiene acceso a otros medios pueda informarse, el periodismo radiofónico que se está haciendo actualmente no tiene mayores sobresaltos, se está trabajando con los estándares, el único problema es que no ha podido profundizar en la población y ante la falta de programas informativos más cercanos, por la naturaleza de la radio pues es más fácil la estación esté en una colonia dándole seguimiento a los problemas de la comunidad que otros medios, en ese sentido el radioperiodismo se ha quedado un poco atrás

¿Considera que los espacios informativos en radio son afectados por diversos factores (internos o externos)?

Sí, son afectados, porque estos se escuchan por que se venden los espacios, la inversión de los propietarios, tiende a afectar, hay que ver que para atacar la radio, es mucho más fácil, por que no se obtienen grandes ganancias, a menos que se tengan varias radios, pero con solo una radio es muy difícil que logre sobrevivir teniendo buenos espacios o cobertura internacional.

¿Cuál es su valoración acerca de la evolución de los espacios informativos en radio?

Ha evolucionado en el sentido que hay mas trabajo de radio en cuanto a la cobertura de agenda, pero la falta mucho más, le hace falta el peso de la información, le falta calidad.

¿A qué motivos atribuye la desaparición del espacio radiofónico de RCS?

El problema es que se presentaron dentro de la programación espacios de índole cultural que necesitaban mayor inversión

Dentro de las proyecciones eran presentar a la población un nuevo enfoque, se hablaba de radios, de revistas. Lo que pasa es que las circunstancias eran diferentes (las circunstancias se pintaban favorables para la economía para los negocios pero no para la tolerancia política) Narciso Castillo estaba en esos momentos en la noticia que quiebra entonces vamos con el segundo proyecto que era la radio, presentar a la población un nuevo enfoque, estábamos hablando de radio, estábamos hablando de revista que nunca se llevó a cabo.

Lo que mató el proyecto fueron básicamente dos factores un factor a nivel de presupuesto demasiados gastos demasiada inversión, sin tener una educación en el ámbito de agencias de publicidad hacia la radio, y el factor político, la intolerancia política. (la intolerancia política es la que predominó en la destrucción del formato periodístico de RCS)

Lo que paso con RCS el formato de noticias constantes, eso fue la agenda de todos los medios de comunicación, se estaba logrando que la población estuviera pendiente de lo que pasa en el acontecer nacional, noticias frescas nacionales internacionales y nacionales incluso RCS logró desplazar a la KL, el asunto es mantenerse arriba, y uno de las dificultades para mantenerse arriba es el dinero, se fueron 5 periodistas en 5 o 6 meses, se minimizaron muchos gastos, entre ellos salarios.

¿1992 al 96 hay cuatro años de establecimiento, asimilación y proyección después de la firma de los acuerdos de paz, entonces no se puede hablar de que el cambio fue inesperado no se tenían conocimientos de la nueva visión del periodismo radial en el Salvador?

¿A qué atribuye que los espacios de información de otras emisoras se encuentren vigentes?

Generalmente los espacios más importantes son escuchados por tradición.

¿Qué piensa sobre la libertad que tienen las empresas de radio para cambiar los espacios de información por espacios de entretenimiento, económicamente más rentables?

La radio es una libre empresa y sus propietarios pueden disponer de ella como más les parezca, el problema es que si es así, significa que han visto el espacio informativo con una visión lucrativa, es decir están pendientes de que es lo que resulta más atractivo económicamente, es decir que si me da más un programa de titeres que un programa noticioso, yo lo cambio, en ese sentido es falta de apertura y visión de parte de los empresarios frente a la comunicación

¿Adónde cree que se dirige el futuro del periodismo radiofónico en el país?

Sobre vivencia, mientras no se logre educar a la población para que sienta la necesidad o tenga conciencia de la necesidad de estar informado, la radiodifusión estará en sobre vivencia.

¿En que se han convertido las radios informativas en El Salvador?

Desgraciadamente hay competencias tontas como programas mal planificados, soeces, que le roban y ocupan el momento que deberían ocupar los espacios de información.

¿Cómo maneja usted la relación Empresa Radiofónica – Espacio Noticioso – Radioescucha?

La gente escuchaba RCS por las noticias, por los constantes avances informativos, la relación se cumple por que la relación es valida, la relación es buena, pero esta depende de la dirección que tenga el medio, hasta donde se quiere llegar, es una relación de mutuo ayuda.

¿Los gobiernos en turno no estaban listos para resistir o tolerar un periodismo inquisitivo?

Yo creo que el gobierno no estaba listo.

¿Está listo ahora?

No creo que no, se verá después de las elecciones

El problema fue después de los acuerdos de paz, que hasta cierto punto se podría decir que todos los medios lo esperaban, pero hasta cierto punto, yo percibo que estábamos más pendientes de la firma que de lo que se haría después, como muchos medios incluyendo la radio, como muchas radios crearon el departamento de prensa nacieron para informar de la guerra, una vez termina los espacios se eliminan, obviamente hay una recuperación económica, porque, ya no se tendrán 6-7 periodistas, los costos son minimizados para la radio, y esta vuelve a tener erróneamente el concepto de radio entretenimiento y no para generar opinión.

¿Al terminar la guerra los medios tuvieron que cambiar su política informativa?

Claro pero no había ningún tipo de experiencia, además de la experiencia yo pienso que no los jefes de prensa no estaban listos para cambiar esta política y que agenda se iba a seguir, no existía periodismo investigativo, tampoco un 100% libertad de prensa, la preparación académica era poca o nula por parte de los periodistas, estos se habían formado a punta de fuego, se carecía del espacio tecnológico, fueron factores que de alguna manera venían y eran necesario enfrentar, entonces no se trabajaba bajo una agenda periodística, se trabajaba bajo una agenda de una bala, se desconocía por completo si iba haber nuevas manifestaciones, no existía esa madurez y esa tolerancia de creer por que no puede haber una manifestación, la experiencia más adelante conforme a los mismos años da a entrever que existe la necesidad de mantener espacios, y nacen espacios en televisión en prensa escrita y algunas radios comienzan a cambiar sus espacios, unas se venden por no establecerse y pasan a otros dueños en 1995 nace la idea teniendo la frecuencia del 98.9 la idea de buscar una radio que esté cerca de la población una radio que además de dar música, este informando una radio que este para cubrir toda una agenda una programación que se dirija a la sociedad, una radio que abra espacios culturales y sociales.

Entrevista con Antonio Soriano

1¿Qué piensa sobre el periodismo radiofónico?

Uno de los periodismos más mediatos. Tienen la ventaja de informar de lo que está pasando en el momento. Lastimosamente el periodismo radiofónico por muchas ocasiones se queda muy corto. Es decir no investigue más sobre el tema. No contrasta. No actualiza los datos.

2¿Considera que los espacios informativos en radio son afectados por diversos factores (internos o externos) económicos, políticos y sociales?

Más que todo por efectos económicos. Muchas veces no se tiene la capacidad financiera para invertir en una investigación o incluso para pagar un mejor equipo de periodistas. Es una de las grandes debilidades de la radio.

3¿Cuál es su valoración acerca de la evolución de los espacios informativos en radio?

Es muy buena. Por ejemplo hoy tenemos espacios de debate, entrevistas, de opinión etc. Sin embargo, insisto en todos estos espacios se queda muy corto por ocasiones.

4¿A qué motivos atribuye la desaparición del espacio radiofónico de RCS?

La RCS tengo entendido que cerró por problema económico que tuvieron que ver por un bloque comercial.

5¿A qué atribuye que los espacios de información de otras emisoras se encuentren vigentes?

A lo mejor se debe porque complacen al aparato financiero. O a lo mejor obedece que por la misma superficialidad con que tratan los temas no les ocasiona un bloqueo.

¿Por qué desaparecen espacios informativos como los de RCS, si en su momento se consideró un ejemplo de pluralismo ideológico?

Lo que pasa que para lo que unos fueron buenos para otros fue malo. Las críticas que RCS hacía contra el gobierno y ciertos sectores debieron influir, pienso.

6¿Qué piensa sobre la libertad que tienen las empresas de radio para cambiar los espacios de Información por espacios de entretenimiento, económicamente más rentables?

Cada empresa privada tiene derecho de manejar su agenda como más le convenga. Otra cosa es si lo hacen a presión política. Faltaría que investigara si esto pasó con la RCS.

¿Cómo se aplican las políticas informativas en el medio radiofónico?

Como en todos los medios de comunicación. Cada medio tiene definido en como se debe de trabajar x tema o como se debe de abordar un funcionario.

¿Qué papel juegan los espacios informativos en la estación de radio?

De informativo mediato.

¿Cuál es la proporción de los espacios informativos con respecto a los espacios de entretenimiento

Difundidos en la estación de radio para la cual trabajaba (RCS)?

En RCS había más espacio informativo que de entretenimiento y es que eso se debió a la naturaleza de la radio, RCS se caracterizó por ser una radio seria, con un enfoque más político.

7¿ Adónde cree que se dirige el futuro del periodismo radiofónico en el país?

La verdad hay avances en la radio, por ejemplo hoy tienen más cobertura(espacio). las radio siguen existiendo. Que cambian de dueños y de ideología es otra cosa.

8¿Cómo maneja usted la relación Empresa Radiofónica-Espacio de Noticias-Radio Escucha?

Tiene un mayor número de personas que conocen la información. Eso se debe que por ser una aparato electrónico puede llegar hasta lugares que no puede entrar la prensa escrita.

9¿Hacia qué han evolucionado las emisoras informativas en El Salvador?

Se mantienen en ser meramente informativas. No, o muy poco han evolucionado. Yo no conozco una radio que tenga un formato completo(noticiero, entrevista, espacio de opinión, etc.) Que hay otro tipo de radio y que llevan la información de otra forma es otra cosa diferente a la evolución.

Entrevista con Walter Adalberto Alfaro

¿Qué piensa sobre el periodismo radiofónico?

Hay un periodismo que es ejercido por dos tipos de periodistas, empíricos (los que se forman en el campo de trabajo) y universitario (los que tienen estudios académicos de periodismo), se podría decir que es un periodismo de dos vertientes, la parte académica, la parte de campo y la combinación de estos. Sin embargo creo que el periodismo en general no es plenamente desarrollado, puesto que algunos medios de comunicación tienen un lineamiento político establecido. Los medios que tratan de ser independientes son señalados, para nombrar ejemplos hay que analizar los casos del canal doce, RCS, los periodistas que trabajamos en medios con cierta independencia editorial, somos coartados por presiones económicas. Al parecer en este país como que decir la verdad es un pecado.

¿Considera que los espacios informativos en radio son afectados por diversos factores (internos o externos) económicos, políticos y sociales?

Si son afectados, si se le da cobertura a un hecho al cual los dirigentes gubernamentales no les agradan, como que hay un llamado de atención hacia el medio, procurando que la noticia no salga al aire o tratar la manera de cerrar los espacios, entonces eso indica que la radio está envuelta en una auto censura, un filtro que no permite que ciertas noticias se hagan públicas, lo cual en nuestro país la libertad de expresión promulgada no existe.

¿Cuál es su valoración acerca de la evolución de los espacios informativos en radio?

Los espacios de información han cambiado bastante después de la guerra, hoy hay mas tecnificación y una preparación del periodista tanto en el campo como en las universidades, al prepararse mejor el periodista hay una mejor calidad en la recolección, tratamiento y emisión de la noticia. Entonces los pocos espacios han avanzado en eso recordemos en el tiempo de la guerra la mayoría de los periodistas no procedían de las universidades sino que eran formados en el campo.

¿A qué motivos atribuye la desaparición del espacio radiofónico de RCS?

Yo considero que fue algún tema que tocaron ellos (Periodistas de RCS) el cual no le gustó al gobierno, probablemente eso fue lo que los afectó.

¿A qué atribuye que los espacios de información de otras emisoras se encuentren vigentes?

Se han mantenido por que han logrado vender lo que producen, que son las noticias.

¿Qué piensa sobre la libertad que tienen las empresas de radio para cambiar los espacios de información por espacios de entretenimiento, económicamente más rentables?

Para las empresas de radio es factible, pero quitar un espacio informativo para luego crear un espacio de entretenimiento, como que no es justo, porque el noticiario sirve para mantener informada a la población, que le sirve para enterarse de lo que pasa a su alrededor.

¿ Adónde cree que se dirige el futuro del periodismo radiofónico en el país?

Si la situación política y económica actual se mantiene, los espacios informativos retrocederán a los tiempos de guerra, donde la censura era uno de los mecanismos para tapar la verdad.

¿Cómo maneja usted la relación Empresa Radiofónica-Espacio de Noticias-Radio Escucha?

La empresa radiofónica es como su palabra lo dice una empresa, que produce algo para la venta, donde hay un oferente y un comprador. Bajo este sistema, la empresa que es la radio vende su producto que es el espacio informativo, que compra el radio escucha; el problema se genera cuando lo que se produce no cuaja con los intereses de cierto grupo y donde el divulgar la verdad puede acarrear consecuencias nefastas para el espacio. En definitiva si se trata de una empresa con una sana competencia, se puede dar, pero siempre guardando un cuidado en que el objetivo fundamental es informar al pueblo con la verdad sobre el interés lucrativo.

¿Hacia qué han evolucionado las emisoras informativas en El Salvador?

Algunas se han olvidado de la importancia de mantener informado a un país y se han convertido en "minitas de oro" para sus dueños, hay radios que tienen informativos que son mas anuncios que otra cosa.

Juan Carlos Torres

¿Qué piensa sobre el periodismo radiofónico?

Juega un papel muy importante para la información de todas las personas, que en algunos casos no tienen acceso a otro tipo de medios informativos mas que la radio. Luego de la firma de los acuerdos de Paz, los espacios informativos han tenido una expansión por la apertura de información que hoy tenemos, hoy es más fácil preguntarle a un funcionario de gobierno sobre algún tema por ejemplo. Pero por otro lado estas mismas expansiones han venido a deteriorar un poco la seriedad y los programas periodísticos en las radios nuevas a diferencia de radios que han mantenido su tradición, el estilo de noticias su formato y que han prevalecido.

¿Considera que los espacios informativos en radio son afectados por diversos factores (internos o externos) económicos, políticos y sociales?

Los factores económicos para lo que son estaciones nuevas puede influir, el factor político para algunas puede tener significado o ingerencia en su contenido, pero hay otras radios que con el tiempo han podido solidificar y han podido ser más solventes que el factor económico no tenga mayor incidencia.

¿Cuál es su valoración acerca de la evolución de los espacios informativos en radio?

Evolución si se ha visto bastante, en cuanto a los espacios de opinión de diversas ideologías, hoy la población puede escuchar diferentes opiniones, escuchar diversas estaciones de radio y formarse un criterio, como ejemplos concreto pueden escuchar la Sonora, la red informativa de A.R.P.A.S e incluso la KL. Cuando se firma la Paz en el país, se logran una ciertas apertura de oportunidades en el periodismo en general, se habla de libertad de expresión y otra serie de condiciones que no las tenía el periodista en tiempos de guerra, por ese lado es muy positivo. Sin embargo muchas radios optaron por eliminar sus espacios de información, en algunas estaciones esto se debe a la fuente de financiamiento que se tenía y el objetivo o la ideología ya no tenía razón de ser en tiempos de Paz por tanto desaparecieron.

¿A qué motivos atribuye la desaparición del espacio radiofónico de RCS?

La desaparición de RCS se debe al factor económico, una radio puede ser buena pero si no se tiene un respaldo publicitario, si no se tiene patrocinadores, si no se tiene la forma de cómo sostenerlo, se tendrá que

retirar el espacio, el factor de las personas involucradas en ventas, los clientes no llegan solos, hay que saber venderles la idea. Al menos esa es la visión externa de lo que ha sucedido en el caso de RCS.

¿A qué atribuye que los espacios de información de otras emisoras se encuentren vigentes?

El respetar un formato y la independencia que se tiene al momento de redactar la noticia, para nosotros esos aspectos son los que nos mantienen actuales.

¿Qué piensa sobre la libertad que tienen las empresas de radio para cambiar los espacios de información por espacios de entretenimiento, económicamente más rentables?

Es libertad de los propietarios, que puede ir en contra del pensamiento o del ideal del comunicador, pero hay que recordar que la radio mantiene un fin comercial y si los propietarios deciden suprimir el espacio informativo y convertirlo en un medio comercial, es criterio de cada uno de los dueños, con eliminar el espacio no creo que se esté privando la libertad de expresión a menos que existan presiones externas que obligue al propietario a cerrarlo. El medio tiene evidentemente su función social, llámese; Entretenimiento, educación, e información, si suprimimos los aspectos de información y educación y el medio se queda con la entretención con un fin comercial, se estaría reduciendo las virtudes del medio, una población informada es una población educada y si le quitas los espacios de información solo para entretenerla, estas quitando esa labor social que tiene todo medio de comunicación.

¿ Adónde cree que se dirige el futuro del periodismo radiofónico en el país?

Tiene un reto, en convertirse en un medio más investigativo, en ser un medio que marque agenda, y no quedarse con lo que otros medios explotan, creo que eso es lo que nos falta y nosotros (periodistas radiofónicos) le estamos apuntando, lograr ser un medio más investigativo, más fiscalizador, y no ser un medio reaccionario o atento a una pauta o a una agenda preestablecida. En algunas estaciones se trabaja la agenda del día, sin una profundización que le dé mayor seguimiento a los temas, con el fin de darle una continuidad a todo el proceso de la noticia.

¿Cómo maneja usted la relación Empresa Radiofónica-Espacio de Noticias-Radio Escucha?

Tiene que ser un triangulo equilátero, ninguno debe prevalecer sobre el otro, los tres deben estar mezclados, cuando tu recibes la comunicación del radio escucha, es por que el medio tiene credibilidad al momento de cubrir una nota, que luego se la tienes que comunicar a la empresa para que vean el impacto que tienen en la población. La empresa debe estar pendiente de las necesidades de este centro de información que a las ves está pendiente de atender a esa población, los tres elementos están ligados, nosotros no somos nada sin nuestros oyentes. El interés comercial de las empresas de radio, lo tienen todas las radios en el país y explotar o vender un medio de información es normal y valido dado la sed de información que tiene la población salvadoreña.

¿Hacia qué han evolucionado las emisoras informativas en El Salvador?

A entidades más fiscalizadoras del bien publico, de los partidos políticos y de las instituciones.

Entrevista con Mario Zelaya Chamaqua

¿Qué piensa sobre el periodismo radiofónico?

Es la iniciación de los periodistas, muchos periodistas comienzan a ejercer el periodismo en ese medio, es el medio en que más estudiantes de periodismo tienen el acercamiento, el periodismo radial es bonito pero tiene sus limitantes, la mayor parte de periodistas radiales son nuevos son estudiantes de periodismo de las universidades que están haciendo sus pasantillas, puesto que los periodistas más experimentados buscan otros medios (prensa escrita o televisión) donde se les reconozca económicamente mejor su trabajo.

¿Considera que los espacios informativos en radio son afectados por diversos factores (internos o externos) económicos, políticos y sociales?

Correcto, en el sentido que, en lo político a que se debe de pagar las ayudas a ciertos sectores, ejemplo; una radio, la tele corporación o las radios del candidato a la presidencia del partido oficial, tienen mayores

prebendas, por las agencias de publicidad por el mismo hecho que los mismos dueños de las agencias publicitarias, son los miembros también de los partidos políticos, eso es el factor que más afecta a los espacios informativos en radio.

¿Cuál es su valoración acerca de la evolución de los espacios informativos en radio?

Las evoluciones son realmente cortas, se observa mejor la evolución en cuanto a los mecanismos a utilizar para realizar las notas, avances tecnológicos, se recogían la noticia en carretes, hoy se hace con casete e incluso unos medios comienzan a usar el Mini Disk. Yo lo resumo como lo que se ha puesto de moda con respecto al trabajo periodístico, por otro lado no se ha cambiado en lo más mínimo, al parecer los aspectos técnicos son los que han evolucionado y no así la forma de abordar los temas de la agenda noticiosa nacional, la información se sigue tratando de manera superficial en el medio radiofónico.

¿A qué motivos atribuye la desaparición del espacio radiofónico de RCS?

RCS, fue consumido por la cuestión de la pauta comercial, a pesar de que inició como propietarios gente de la Prensa Gráfica y otros, fue luego vendida a la gente de la tecnológica, que trataron de rescatar la emisora pero los gastos de mantenimiento eran muy fuertes, es decir que el mayor problema que enfrentan los espacios de información en radio y televisión.

¿A qué atribuye que los espacios de información de otras emisoras se encuentren vigentes?

Si las radios no tienen un arrimo a ciertas estructuras políticas, las agencias de publicidad se encargan de cortar la pauta comercial, por ende la radio se muere por no tener ingresos.

¿Qué piensa sobre la libertad que tienen las empresas de radio para cambiar los espacios de información por espacios de entretenimiento, económicamente más rentables?

Cuando murió RCS y su frecuencia se convirtió en la Mejor FM, fue un cambio radical en cuanto al espacio de noticias, es casi una copia de noticias cuatro visión, solo que en radio, la misma base de un periodismo sensacional ahora en radio, las noticias carecen de profundidad, utilizan notas frías, redacción de una o dos líneas, uno o dos audio (declaraciones) de cuatro o cinco segundos y muere termina la nota.

¿ Adónde cree que se dirige el futuro del periodismo radiofónico en el país?

El periodismo en radio se dirige a una muerte segura, es lamentable que radios que en tiempos del conflicto armado como YSKL, Sonora, YSU, que son de las primeras que iniciaron el periodismo en radio, solamente queden KL, que es la estación que goza de mayor fuerza en lo que respecta a periodismo radiofónico. Es lamentable que Sonora y YSU contraten personal periodístico a medio tiempo o que sean solamente estudiantes realizando sus pasantillas, con salarios muy bajos que obligan al periodista que tiene mayor fogueo a buscar otro medio.

Antes de la firma de los acuerdos de paz la gente estaba más pendiente de la radio por ser el medio que mejor ventaja presentaba sobre los otros medios, en cuanto a cobertura, inmediatez, los receptores más accesibles a población, por eso las agencias de publicidad buscaban anunciarse en radio, hoy la situación es distinta. Por eso las radios informativas tenderán a morir o a lo sumo llegaran dos o tres radios que sobrevivan, pero estas serán selectivas, es decir no dejaran pasar toda la información.

¿Cómo maneja usted la relación Empresa Radiofónica-Espacio de Noticias-Radio Escucha?

Esta relación se reduce a una palabra "clientes", las empresas ven a la población como puros clientes, un espacio de donde poder sacar dinero, ya no se ve como la idea de informar a la población, tratar de ampliarle la mente a las personas sobre lo que se está viviendo en el país, únicamente se observa el espacio como una oportunidad para obtener dinero.

¿Hacia qué han evolucionado las emisoras informativas en El Salvador?

Más que evolución hay un retroceso, tanto en la reducción de los espacios informativos como en el nivel de análisis e interpretación de la noticia con el objeto de tener más espacio para la comercialización.

ANEXO 3

ESTACIONES RADIODIFUSORAS EN LA BANDA FM.

Nombre Comercial	FREC MHZ
RADIO PAZ	88.5
RADIO QUÉ BUENA	88.9
RADIO COOL FM	89.3
RADIO VIDA	89.7
LASER EN ESPAÑOL	90.1
RADIO PROGRESO	90.5
UPA LA RADIO DE LOS NIÑOS	90.9
PULSAR FM	91.3
YSUCA	91.7
LA CLAVE (ARPAS)	92.1
STEREO CLUB	92.5
RADIO LÁSER	92.9
FM GLOBO	93.3
RADIO EL MUNDO	93.7
FAMA STEREO	94.1
VOX FM	94.5
ASTRAL	94.9
DOBLE L	95.3
RADIO VERDAD	95.7
RADIO STEREO SCAN	96.1
RADIO RESTAURACIÓN	96.5
RADIO NACIONAL	96.9
CORAZÓN FM	97.3
RADIO LUZ	97.7
RADIO ADVENTISTA	98.1
CADENA CUSCATLAN	98.5
LA MEJOR FM	98.9
RADIO MESÍAS	99.3
LA GUAPACHOSA	99.7
ABC	100.1
RV STEREO	100.5
RADIO LA CHÉVERE	100.9
LA MONUMENTAL	101.3

Nombre Comercial	FREC MHZ
MIL OCHENTA	101.7
DOBLE F	102.1
RADIO FEMENINA	102.5
102.9	102.9
RADIO CLÁSICA	103.3
RADIO CADENA CENTRAL	103.7
RADIO CADENA YSKL	104.1
RADIO CADENA SONORA	104.5
RADIO FIESTA	104.9
DM RADIO	105.3
105.7 YXY	105.7
RADIO BAUTISTA	106.1
RADIO RANCHERA	106.5
MAYA VISIÓN	106.9
CADENA YSU	107.3
MAS FM	107.7

ANEXO 4

TABLA : 38 EMISORA PREFERIDA
BASE: ENTREVISTADOS DE LA ZONA NACIONAL. SOBRE LUNES A DOMINGO. POSEE RADIO

VINETAS	GRAN TOTAL	NSE			EDAD				SEXO		ZONA			
		BC1	C2	DE	08 a 17	18 a 25	26 a 35	36 a 65	MASC	FEM	AMSS	CENT	OCC	OTE
BASE	38349	2277	12240	23833	14866	6509	7199	9775	18544	19805	24637	3214	5792	4707
QUE BUENA	6.2	3.3	4.3	7.4	6.2	6.8	6.5	5.4	4.7	7.5	6.2	6.0	6.6	5.5
YXY	6.1	5.5	3.4	7.5	10.7	7.3	2.5	0.9	8.1	4.2	8.5	2.8	1.1	1.7
ABC	5.3	11.7	6.7	3.9	9.0	5.6	3.0	1.1	7.0	3.7	5.5	3.7	5.3	4.8
BAUTISTA	4.3	2.2	3.5	4.9	2.5	4.9	6.1	5.3	2.6	5.9	5.3	2.5	2.9	1.1
YSKL	4.2	3.1	4.6	4.1	0.7	1.4	3.3	12.0	5.8	2.7	3.7	2.5	3.3	8.7
VOX	3.8	8.3	4.6	2.9	6.6	4.2	1.8	0.6	3.9	3.7	4.4	2.3	3.9	1.1
CHEVERE	3.4	0.8	3.3	3.7	3.0	3.1	4.5	3.5	3.1	3.7	2.6	1.6	5.9	6.1
LUZ	3.3	4.1	3.7	3.0	1.3	1.2	4.3	7.1	2.2	4.3	3.9	3.4	1.9	1.9
LA MONUMENTAL	2.8	1.8	2.4	3.1	0.9	2.0	4.2	5.2	2.8	2.8	3.4	3.5	1.6	0.8
FIESTA	2.5	1.5	2.1	2.8	1.3	1.6	2.8	4.7	2.8	2.3	3.1	4.4	0.3	0.9
FEMENINA	2.2	3.6	2.8	1.7	2.2	3.3	2.1	1.4	2.7	1.7	2.7	2.1	0.9	1.1
MIL 80	2.1	0.7	2.5	2.1	3.5	2.4	1.4	0.5	1.9	2.4	2.2	1.8	1.6	3.0
SCAN	2.1	1.2	2.4	2.0	1.9	3.7	2.6	0.9	2.5	1.7	1.8	2.0	3.1	2.2
RANCHERA	1.9	2.5	2.0	1.8	0.5	0.9	3.0	4.0	2.5	1.4	2.1	3.9	0.8	0.9
LASER ING	1.9	2.2	2.1	1.8	0.2	2.4	3.8	2.7	2.6	1.2	2.0	0.2	1.7	2.5
PULSAR	1.6	0.5	1.3	1.8	2.6	2.6	0.6	0.2	1.7	1.5	2.2	1.0	0.1	0.4
COOL	1.3	2.4	1.7	1.6	2.3	1.7	0.4	0.2	1.4	1.2	1.7	2.9		0.1
MAS	1.0	2.5	1.4	0.6	0.9	1.6	1.2	0.4	0.6	1.3	1.1	1.4	0.9	0.3
EL MUNDO	0.8	2.8	1.2	0.5	0.1	0.3	1.7	1.8	0.8	0.9	1.1	0.9	0.1	0.2
YSU	0.8		1.0	0.7	0.3	0.4	1.3	1.3	0.7	0.9	0.3	0.7	0.5	3.8
CLASICA	0.7	4.5	0.9	0.2	0.3	0.8	0.7	1.2	0.7	0.7	1.0	0.1	0.1	0.2
SONORA	0.6	0.8	0.6	0.6	0.1	0.4	0.3	1.8	0.9	0.3	0.8	0.4	0.3	
PAZ	0.6	1.4	0.6	0.5	0.2	0.2	0.4	1.5	0.3	0.9	0.8	0.9		0.2
NACIONAL	0.5	0.9	0.5	0.5		0.3	0.8	1.2	0.7	0.3	0.7	0.5	0.1	
C. CENTRAL KT	0.5	0.3	0.3	0.6	0.1	0.1	0.4	1.4	0.4	0.5	0.5	0.4	0.5	0.5
UCA	0.4		0.4	0.4	0.3	0.4	0.7	0.3	0.5	0.3	0.4	0.5	0.4	0.1
CUSCATLAN	0.3	0.3	0.5	0.2	0.1	0.3	0.5	0.5	0.5	0.1	0.2	0.4	0.5	0.4
RV	0.2		0.3	0.2	0.4		0.4		0.2	0.3	0.3			
DOBLE F	0.1		0.2	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2		