

**UNIVERSIDAD DON BOSCO
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIONES**



**“PROPUESTA DE REESTRUCTURACIÓN EN LA PROGRAMACIÓN DE RADIO
IZCANAL, NUEVA GRANADA, DEPARTAMENTO DE USULUTÁN”**

**PRESENTADO POR:
ROSA HILDA RIVAS CORTEZ**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREPARADO PARA LA FACULTAD DE CIENCIAS
Y HUMANIDADES**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**DICIEMBRE DE 2008
SOYAPANGO, EL SALVADOR, CENTROAMERICA.**

**UNIVERSIDAD DON BOSCO
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIONES**



**ING. FEDERICO MIGUEL HUGET RIVERA
RECTOR**

**LIC. MARIO RAFAEL OLMOS ARGUETA
SECRETARIO GENERAL**

**DR. JOSE HUMBERTO FLORES MUÑOS
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**LCDA. MARIA HERMINIA FUNES
ASESORA**

JURADO EVALUADOR:

**LCDA. BEATRIZ NÁJERA
LCDA. CLAUDIA PICHE
LIC. LEONEL MÉNDEZ**

SOYAPANGO, EL SALVADOR, CENTROAMERICA

Agradecimientos

Es agradable para mí redactar estas líneas para dejar plasmado mi agradecimiento a personas que incidieron de forma directa o indirecta en mi carrera y, en este trabajo que pone fin a seis años de estudio.

Agradezco a Dios, que recibí de él fortaleza en todo el proceso de aprendizaje; esa fuerza que me mantuviera firme, que me hizo perseverante para poder lograr las metas trazadas.

Reconozco el apoyo que me brindó Alcides Herrera mi compañero de vida y papá de mi hijo, ese acompañamiento que me impulsó a culminar esta carrera.

A mi hijo primogénito, Pablo Edenilson Herrera, esa tierna criatura que se convirtió en estimulación y fuerza mayor para continuar y finalizar los estudios.

A mis padres Juan Pablo Rivas y María Elvira Cortez que me acompañaron de forma incondicional, se que están muy orgullosos de tener otra hija profesional, gracias por quererme de forma especial y por estar conmigo.

A mis hermanos, hermanas, especialmente a Lucía y Rutilio, amigos y amigas que me acompañaron en cada momento de mi carrera; por ese ánimo que me inyectaron para que mi sueño se convirtiera en realidad.

Agradezco a mis maestros y maestras por la dedicación, esmero en compartir sus conocimientos, y, en especial a Herminia Funes: maestra y amiga, por ese apoyo que recibí cuando más lo necesitaba; su capacidad y habilidad se reflejan en cada paso de este trabajo de grado. Muchas gracias amiga.

A la Asociación Izcanal (José Luís Gavira, Director Ejecutivo y Junta Directiva) que permitieron que Radio Izcanal fuera mi objeto de estudio para este trabajo de grado.

Rosa Hilda

INDICE

		Pág.
CAPITULO 1	MARCO DE REFERENCIA	
1.1	Diagnóstico	10
1.1.1	Historia de las Radios comunitarias en El Salvador	12
1.1.2	Historia de Radio Izcanal	13
1.1.3	Datos de la Radio Izcanal	17
1.1.4	Organigrama de Radio Izcanal	18
1.1.5	Ubicación Geográfica de Radio Izcanal	19
1.1.6	Objetivos de la Programación	20
1.1.7	Programación General de Radio Izcanal	22
1.1.8	Logo de Radio Izcanal	25
1.2	Planteamiento del Problema	26
1.2.1	El Problema	26
1.2.2	Objetivos	28
1.2.3	Fundamentos teóricos	29
CAPITULO 2	FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	48
2.1	Aplicación Metodológica	49
2.1.1	Definición y justificación de la muestra	50
2.1.2	Descripción de las técnicas de investigación	51
2.1.3	Aplicación de la muestra	52
2.1.3.1	El sondeo	52

	2.1.3.2	Tabla 2. Datos del sondeo de opinión	53
2.1.4	2.1.4	La entrevista	54
	2.1.4.1	Tabla 3. Grupo seleccionado para la Entrevista	55
	2.1.4.2	Descripción de grupo seleccionado	56
2.1.5		Delimitación espacio - temporal	57
2.1.6		Pregunta guía	57
2.2		Presentación de datos	58
2.3		Interpretación de datos	66
CAPITULO 3.		PROPUESTA DE SOLUCIÓN	69
3		Propuesta	70
3.1		Manual de operaciones	73
3.2		Evaluación de programa	74
3.3		Propuesta de nuevo programa	74
	3.3.1	(Demo) de como deben registrarse los nuevos espacios	74
	3.3.2	Objetivos del programa	74
	3.3.3	Sinopsis	75
	3.3.4	Características	75
	3.3.5	Secciones	75
	3.3.6	Segmentación	76
CAPITULO 4.		CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	80
BIBLIOGRAFÍA			84

ANEXOS	86
Anexo 1: Usulután cobertura total de Radio Izcanal	87
Anexo 2: Zona de cobertura de Radio Izcanal	88
Anexo 3: Sinopsis de programas de Radio Izcanal	89
Anexo 4: Programación actual de Radio Izcanal	99
Anexo 5: Estudio de audiencia de Radio Izcanal	101
Anexo 6: Datos de la audiencia de Radio Izcanal	103
Anexo7: Instrumento de sondeo	105
Anexo 8: Instrumento de entrevista para el Director de radio	107
Anexo 8 (a) Entrevista de Jose Luis Gavira, Director	108
Anexo 9: Instrumento de entrevista para empleados de la radio	113
Anexo 9 (a) entrevista de Ever Cruz productor de Radio Izcanal	115
Anexo 10: Instrumento de entrevista para líderes de la Comunidad Nuevo Gualcho	118
Anexo 10 (a) Entrevista con Roselia Herrera, líder de la Comunidad Nuevo Gualcho	119
Anexo 11 instrumento de evaluación	122

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son pilares fundamentales de la democracia en el mundo. Sin embargo, no todos los medios de comunicación están interesados en definir sus programaciones pensando en las necesidades o requerimientos que pueda estar demandando el público meta.

Si en la democracia es importante la participación ciudadana, en los medios de comunicación esta participación también debe considerarse o incluirse dentro de las líneas de trabajo a fin de cumplir con las funciones de un medio.

Un vistazo a las programaciones de las radios salvadoreñas, tanto en AM como FM, nos puede llevar a concluir que sus programaciones están pensadas bajo un esquema económico, bastante distanciado del rol que deben jugar como medios de comunicación. Estas radioemisoras suelen limitar la participación de la audiencia, pese a que muchas veces se dicen comprometidas y al servicio de sus oyentes.

Con el surgimiento de las radios comunitarias en El Salvador se abrió un espacio para los sectores que tradicionalmente estuvieron relegados a ser un público pasivo, sin posibilidades de opinar o de que sus intereses fueran tomados en cuenta al momento de diseñar la programación de un determinado medio de comunicación.

Ante esta situación que se observa en las radioemisoras del país, surgió la idea de realizar un proyecto de grado que pueda contribuir a mejorar la programación de Radio Izcanal, emisora “*comunitaria*” y “*participativa*” que a través de los años se ha convertido en un referente de emisora comunitaria tanto a nivel nacional como internacional. Sin embargo, pese a este reconocimiento, el nivel de participación de su audiencia, no satisface las expectativas del medio. Esta baja participación, se ha visto reflejada en estudios de audiencia realizados por la emisora y a través de entrevistas a profundidad y sondeos de opinión, llevados a cabo en municipios considerados como de mayor audiencia de la radio.

Y, tomando en cuenta que las radios comunitarias o participativas tienen entre sus principales objetivos, el servicio a la comunidad y la facilitación de procesos que aporten a la construcción de ciudadanía, a través de la participación, se propone hacer cambios en la programación a fin de lograr una participación activa.

La idea de crear Radio Izcanal nace de un grupo de exiliados, refugiados en Honduras, que retornaron al país entre 1990 y 1992, cuando se firman los Acuerdos de Paz. Esta radio surge con la iniciativa de servir a la comunidad de Nuevo Gualcho y acompañarla en todos los procesos de desarrollo y organización.

Radio Izcanal es hoy una de las emisoras referenciales de la Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador, ARPAS; y de forma paralela a su tarea, como medio de comunicación comunitario, mantiene abierto a la ciudadanía un Centro de Formación Radiofónico.

El nombre de esta radio es muy importante para sus creadores. Derivado del idioma nahuat, el término Izcanal o Ixcanal, es la palabra que designa a una planta de grandes espinas y que su traducción del nahuat es Ix- "*Lugar sagrado*", -canal significa "*la energía que penetra dentro de la tierra*".

Según José Luíz Gavira, director de este medio, todos esos significados se identifican con un proyecto enérgico, unido de manera inseparable a la tierra, la cultura y la fuerza de los pobladores con profundas raíces en la tradición que convive con el impulso y la inquietud por el progreso colectivo.

Con un equipo técnico profesionalizado, la Asociación Izcanal ha generado el apoyo necesario para asegurar la posibilidad de que la ciudadanía participe de la radio, mediante la creación de un centro de capacitación que, de manera permanente, forma nuevos profesionales que pondrán en práctica sus conocimientos en diferentes áreas de la radio. Este proyecto atrae de manera especial a la población joven.

Sin embargo, pese a contar con equipo técnico y humano para su funcionamiento, a pesar de todas las bondades que pueda tener como medio y de los reconocimientos que ha obtenido, presenta algunos vacíos en su programación. Esto se constató a través de un sondeo a los oyentes y a algunos miembros del personal de la radio.

El sondeo de opinión se realizó en cinco municipios del departamento de Usulután entre los meses Octubre y Noviembre de 2006, con una muestra de 205 personas. Es importante dejar plasmado que Radio Izcanal ya había realizado un estudio de audiencia, el cual estuvo a cargo de la empresa INNOVE. El estudio se realizó con el fin de conocer como

iba caminando el proyecto y el impacto que estaba teniendo en el público hacia el cual está dirigido.

Según el Director de la radio, *“se han hecho intentos por dar respuesta a las demandas de los oyentes, sin embargo, aún se necesita establecer mecanismos que faciliten los cambios o mejoras tanto a la programación como a otras áreas específicas que se han detectado”*. Los datos obtenidos del estudio de audiencia aprobaron los obtenidos en el sondeo y permitieron dejar sentado que sí existen vacíos en la programación de la radioemisora que pueden ser superados con una propuesta de cambios, precisamente a la programación.

Para llevar a cabo este trabajo, se hizo uso de la investigación cualitativa y de la investigación operativa, ya que éstas permiten la comprensión de algunos elementos que influyen en la conducta social o personal; además, facilita el diseño de proyectos orientados a dar solución a un problema concreto.

La investigación cualitativa se centra en la comprensión de datos, aunque es de forma subjetiva, permite la inferencia de datos; además de ser de carácter exploratoria, inductiva, descriptiva y toma en cuenta la realidad dinámica.

Queremos señalar además, que la investigación cualitativa ofrece algunas ventajas, entre las que podemos citar: costo relativamente bajo en comparación con otras investigaciones, permite realizarse y analizarse con respectiva rapidez, su diseño puede modificarse durante el curso de la investigación y también porque permite establecer un vínculo directo con la población a la que hemos señalado o tomado como muestra para nuestro trabajo.

La investigación Operativa establece los procedimientos para reunir información que permita tomar decisiones confiables para solucionar un problema concreto de la realidad a corto o mediano plazo. Para este trabajo de grado se hizo uso mixto de las dos metodologías antes mencionadas: la primera permite la investigación y la segunda propone solución a un problema concreto.

Se consideró muy sensato, acertado en este tipo de investigación, acudir a las técnicas del sondeo y la entrevista a profundidad. La primera nos proporciona opinión de los oyentes y la segunda técnica nos posibilita datos para redactar la historia de cómo nace la

radio Izcanal y cómo ha ido creciendo. Información que se vuelven complementarias en este tipo de trabajos de cátedra de investigación.

El estudio de campo nos permitió obtener datos relevantes e indispensables para poder hacer esta propuesta de reestructuración en la programación de radio Izcanal, que intente de manera general, un cambio positivo en la realización de los programas en los que los oyentes piden cambios.

El presente trabajo está estructurado en 4 capítulos, los cuales brindan información sobre la situación política y social del país, además de la situación en la que se encuentra en la actualidad la radioemisora en estudio.

Capítulo I: **MARCO DE REFERENCIA.** Incluye entre otros, el diagnóstico y el planteamiento del problema. En este capítulo se hace un esbozo del contexto socio-político e histórico en el cual surgen las Radios Comunitarias en El Salvador y cómo éstas han evolucionado con el paso de los años.

Capítulo II: **FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.** En este apartado se encuentra explicada la metodología y técnicas utilizadas para encontrar una propuesta que vaya encaminada a lograr nuestros objetivos. Además se encuentran definiciones de conceptos básicos para estructurarla.

Capítulo III: **PROPUESTA DE SOLUCIÓN.** En este capítulo se detallan algunas de las herramientas que se están proponiendo para mejorar la programación de Radio Izcanal, y por ende, lograr una participación de calidad.

Capítulo IV: **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.** Se hace una valoración final de toda la investigación y se procede a hacer algunas recomendaciones a la radio en estudio.

Estos capítulos han sido complementados con algunos anexos que pueden servir para reforzar algunos temas puntuales que se han abordado en la investigación.

CAPITULO I

MARCO DE REFERENCIA

CAPITULO 1. MARCO DE REFERENCIA

1.1. Diagnóstico.

En América Latina existen aproximadamente mil radios que se pueden considerar comunitarias, educativas, populares o ciudadanas. Se identifican por sus objetivos políticos de transformación social, de búsqueda de un sistema justo, con vigencia de los Derechos Humanos, con acceso y participación de las mayorías. Se reconocen también por no tener fines de lucro. Esto no les impide crecer, intentando una inserción en el mercado. Además, al igual que las radios comerciales, están constantemente en la validación de su programación a fin de mantener vigente los fines bajo los cuales fueron creadas, fines que marcan mucha distancia con los medios comerciales (Villamayor Claudia y Lamas, 1998).

En la actualidad, no existe un concepto delimitado de qué es Radio Comunitaria. Sin embargo, podemos decir que hay varios elementos que pueden considerarse como “indicadores” del carácter de un medio comunitario, por ejemplo, el que haya participación de la gente, que se interese por los problemas de la zona, que su programación responda a las necesidades de la población, que se le dé un trato a las personas y que la población sea el principal protagonista en la noticia.

Autores como José Ignacio López Vigil, destacado en la producción radiofónica en radios comunitarias y Marita Mata, directora de La Escuela de Ciencias de la Internacional Universidad de Córdoba Argentina, sostienen que el término comunitario o participativo se aplicará al medio que sea un proyecto social, sostenido por un grupo de ciudadanos con intereses comunes que tienen una propuesta hacia su entorno inmediato.

La radio comunitaria busca mostrar la diversidad y la riqueza de los diferentes sectores y movimientos sociales; defender la legalidad democrática, propiciando la focalización de problemáticas específicas; y erigirse como tribuna abierta para la sociedad. En suma, se dirige a sectores concretos de la población: mujeres, niños, campesinos, indígenas, organizaciones populares, ambientalistas, jóvenes, sectores barriales, entre otros. Su principal sello es el servicio público sin fines de lucro: la construcción de ciudadanía. (Vigil, López, 1997).

En otras palabras, serán sus objetivos y finalidad los que determinarán su perfil de alternativa, para la población que tradicionalmente ha sido excluida de los grandes medios de comunicación de interés comercial. Para este trabajo, tomamos como objeto de estudio a Radio Izcanal, dado que es un proyecto que por su perfil y programación, es un referente para muchas otras radioemisoras a nivel nacional e internacional. Se indagó en los lineamientos de trabajo como: objetivos, finalidad, misión, visión, políticas de comunicación, estudios de audiencia entre otros documentos que ayudaron a complementar y a entender qué es Radio Izcanal y qué papel juega en la sociedad.

1.1.1 Historia de las Radios Comunitarias de El Salvador

Los intentos de radios comunitarias en El Salvador se iniciaron durante la guerra, aunque el primer antecedente se registra en 1978, cuando siendo arzobispo de San Salvador el Obispo Mártir Oscar Arnulfo Romero, puso al servicio de la ciudadanía las hondas de la emisora, conocida como Radio YSAX. Luego durante la guerra aparecen las radios, “VENCEREMOS” y “FARABUNDO”, estas emisoras desempeñaban un papel decisivo en aquel momento, informaban a los militantes sobre los avances en el combate y daban ánimos para seguir en la lucha.

Radio venceremos trabajó de manera clandestina, su público meta eran los campesinos, obreros y estudiantes. Posteriormente, el sacerdote Segundo Montes, Jesuita de la Universidad Centroamericana - asesinado en noviembre de 1989 - transmitió la idea de formar una radio comunitaria que funcionaría en el área metropolitana y gran parte del interior del país.

En octubre de 1990 nace Radio Segundo Montes en la comunidad Segundo Montes, Morazán, como nuevo intento de radios comunitarias. Luego de la firma de los acuerdos de paz, surgieron Radio Victoria, en Victoria Cabañas, y Radio Izcanal en Nueva Granada, entre otras.

A raíz de la revolución de las radios populares se constituyó la Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS) con el objetivo de agrupar los esfuerzos alternativos en el área de la comunicación Radiofónica en El Salvador y convertirse así en una red de expresión de la sociedad civil que apoyara la consolidación del nuevo proceso de

paz y democratización del país. Actualmente, ARPAS asocia a más de 21 Radios diseminadas en todo el país. Además, promueve y representa el trabajo de 6 Centros de Producción, con sede en San Salvador, que se dedican a elaborar materiales educativos. (<http://www.arpas.org.sv>)

ARPAS inició sus trámites de legalización como “*institución sin fines de lucro*” en Abril de 1996. Su personería jurídica fue finalmente concedida el 30 de Mayo del 2000 y la publicación oficial de sus estatutos el 20 de Julio del mismo año.

1.1.2 Historia de Radio Izcanal

Uno de los efectos más inmediatos de la guerra civil salvadoreña fue sin duda alguna la migración masiva de personas; así en Agosto de 1981 un grupo de salvadoreños residentes en el norte de San Vicente y Cabañas, huyeron de sus comunidades hacia San Antonio Intibucá, Honduras. Las causas: la persecución por parte de la Fuerza Armada de El Salvador (FAES), y el asesinato de líderes campesinos. En menos de 4 años, cinco mil salvadoreños se encontraban en dicho refugio. Allí se organizaron en diversos comités para hacer funcionar el refugio y lograr la sobrevivencia.

La idea de crear Radio Izcanal, nació en este refugio y en esa situación. En 1985 la pastoral Social, integrada por cinco personas de limitada formación académica, bajo la coordinación del cooperante español, presbítero José María Cabellos, realizaron los primeros esfuerzos: crearon Radio Impacto, que presentaba exposiciones de títeres enriquecidas con material de audio, abordando de manera humorística, problemáticas del mismo campamento y analizando temas concernientes a la realidad salvadoreña.

Don Pablo Cortez, ex miembro de la pastoral y actual habitante de Nuevo Gualcho, se refiere al esfuerzo y relata el objetivo de montar este medio de comunicación: *“El objetivo que se pretendía con el área de teatro en el campamento y sobretodo con el establecimiento de Radio Impacto, fue denunciar la represión de la fuerza armada hondureña que tenía que soportar la gente; hacer de una manera dramatizada la crisis que tenían que aguantar de parte del personal del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados ACNUR”* (Pablo Rivas, 27-03-06).

En 1990, casi 10 años después, los habitantes de este refugio regresaron a El Salvador. El nuevo lugar que los albergaría fue el Cantón Azacualpía de Gualcho, en el municipio de Nueva Granada, Departamento de Usulután. La radio *"Impacto"* no pudo continuar, pero en 1991 se inició otro esfuerzo de comunicación: el boletín llamado *"Nuevo Gualcho"*, nombre con el que también fue bautizado el nuevo lugar de residencia. Con esto se dio paso a la formación de un departamento de comunicaciones, el cual fue integrado por 5 personas: Adela Portillo, Delfina Saravia, Irma Alvarado y Roselia Hernández todos miembros de la comunidad.

El boletín se elaboraba con máquinas de escribir análogas y era ilustrado con fotografías, posteriormente *"se monitoreaban algunas emisoras salvadoreñas, se hacían recortes de periódicos, se redactaba la noticia, se daba cobertura a todas las actividades de la comunidad, se publicaba de forma humorística lo que le pasaba a la gente; el dueño del espacio era el padre Chemas que también era coordinador del esfuerzo, luego se pasaba a máquina y se sacaban todas las copias que se necesitarían."* (Delfina Saravia, 24-03-2006)

El boletín presentaba la organización de la comunidad, avances de los proyectos de vivienda, letrización, educación, salud, agricultura y agua, entre otros. Este medio de comunicación fue una vía para mantener informada a la población de como se avanzaba en la organización. Además, sirvió como referente de la situación socioeconómica de la comunidad ante la cooperación internacional.

La idea de la radio renace a finales del año 1992, tras la llegada del español José Luis Gavira, Técnico en Electrónica, quien al enterarse del sueño comunitario de montar la emisora, comenzó a organizar a un grupo de jóvenes de la comunidad y con la colaboración de otros cooperantes realizaron las primeras pruebas técnicas.

Posteriormente se inician las primeras capacitaciones radiofónicas, que fueron impartidas por Rodolfo Martínez, periodista salvadoreño, y Ana Montserrat, periodista española. Esto promovió el interés de los jóvenes de la comunidad.

El 14 de febrero de 1993, en uno de los cuartos de la hacienda Candelaria y con equipo rudimentario, se hicieron las primeras pruebas de transmisión al aire, con música, saludos, avisos, noticias de la comunidad y del mundo. Al inicio sólo se contaba con una grabadora de mano, unos cuantos cassettes, un transmisor de baja potencia, una consola de seis canales y un cable que se ataba a las ramas de un árbol para simular la antena de

transmisión. Las primeras transmisiones fueron de dos horas diarias, de seis a ocho de la noche, en forma segmentada y con programación juvenil, infantil y programas para toda la familia.

Es importante mencionar que en un primer momento se define la programación sin tener una base que determinara la hora o los gustos de los oyentes; todo fue a base de supuestos por parte de los miembros del colectivo, que casi todos eran empíricos. Pero poco a poco, y a medida la radio extendía su cobertura, se iba teniendo mayor conocimiento de quienes escuchaban radio y se fue definiendo el perfil de los oyentes.

El primer recurso que se utilizó, para tener mayor acercamiento con las comunidades, fue la misma radio, las cartas y las llamadas telefónicas. Estos recursos permitieron conocer cual era el alcance de la radio –en cuanto cobertura- y, quienes la estaban escuchando.

A pesar de sus limitantes, “la radio surgió como un proyecto alternativo en el seno de una comunidad de repatriados, con el objetivo muy claro de ser un medio de comunicación alternativo y promover el desarrollo, en un primer momento, el de la comunidad y luego el desarrollo de las comunidades del área de cobertura a través de una programación que tiene ejes temáticos y ejes estratégicos que contribuyen a generar desarrollo”

(Ever Cruz, Entrevista 22-05-07)

El interés y dedicación de los jóvenes de la comunidad y el acelerado crecimiento del proyecto de radio, obligó al colectivo a trasladarse al municipio de Nueva Granada. La radio se estableció en un local del edificio que albergaba a las oficinas de Asociación Salvadoreña de Desarrollo Integral ASDI, encargada de la formulación de proyectos en beneficio de las comunidades más pobres del municipio.

Las transmisiones contemplaban programas musicales, educativos e informativos. Después de los primeros dos años de estar funcionando de manera informal, se hace la primera reunión estratégica para definir los ejes temáticos, en esta asamblea participaron los miembros del colectivo de Radio Izcanal y miembros de la junta directiva de la comunidad Nuevo Gualcho. En aquel momento, estas decisiones o ideas fueron las que sirvieron como parámetro para iniciar la programación y la descripción de perfiles del personal y de los puestos de trabajo, pero poco a poco y a medida que el proyecto se desarrollaba, se

requería de ideas profesionales que respondieran con mayor exactitud a las expectativas de las comunidades, que es la razón de ser de Radio Izcanal.

Pero la experiencia, la constante auto-preparación del personal y la permanente capacitación, facilitó al colectivo hacer propuesta de lineamientos de trabajo para mejorar la programación y que ésta respondiera a las expectativas de los oyentes. Los nuevos lineamientos de trabajo consistieron en la sistematización de objetivos de la radio, misión, visión, ejes temáticos, perfil y objetivos de la misma programación de la emisora.

Este momento fue clave, ya que dio paso a que se realizaran programas con enfoque definido sobre: Derechos humanos, equidad de género, medio ambiente, salud y desarrollo local.

La emisora había trazado su objetivo general: dar herramientas a los oyentes para que pudieran comprender los hechos, sus causas, consecuencias, y facilitar su participación en la vida social, económica y política no solo del municipio en el que viven, sino también a nivel del departamento y país.

Todas las radios comunitarias que surgieron en este marco, iniciaron sus transmisiones radiofónicas, sin experiencia en producción radiofónica, con poca calidad y con reducida cobertura de transmisión.

Desde sus inicios presentaron solicitud de legalización ante La Administración Nacional de Telecomunicaciones (ANTEL en ese momento), desde el primer instante fueron rechazadas, sin que las autoridades de ANTEL dieran una explicación, y fue así como tuvieron que enfrentar una serie de problemas, sobre todo de índole legal.

El Director de Izcanal nos comenta que “no se contaba con una frecuencia, sin embargo se hicieron todos los trámites que la ley dispone ante la administración competente: ANTEL. Lamentablemente nunca hubo una respuesta favorable o no favorable, simplemente fue dilatoria, una forma de dejar - que se cansen, que ya no molesten - que no vengan más. Sin embargo la comunidad entendió que esta era una forma de ser violentado el derecho a expresarse libremente y por lo tanto, tomó la decisión de seguir transmitiendo; no nos querían dar un derecho que la comunidad tenía. Bueno entonces lo hicieron valer y fue así como se continuó transmitiendo, por supuesto, hubo muchos problemas”

(José Luis Gavira, entrevista 07-05-2006).

Según Vigil, *“en El Salvador, el país más pequeñito de nuestra América, el presidente de ANTEL dijo lo mismo, que ya no cabía un grano de maíz, ni una frecuencia más en el dial. Llegó un técnico Holandés y demostró que había espacio de sobra para todas las radios comunitarias de ARPAS, sin problemas de interferencia. Entonces, ¿Por qué no las dan si caben? Por dos razones fáciles de imaginar: La primera, la económica: ya hay bastantes comensales alrededor de la torta publicitaria, ¿para qué más? La segunda: la libertad de mercado, la invocan siempre y cuando ellos sean los mercaderes”*. (José Ignacio López Vigil, 1997).

Muchas de las radios comunitarias a las que les negaron su legalización, se les obligó a suspender sus transmisiones, pero su personal continuaba en constante preparación. A principio de 1996, las emisoras salen nuevamente al aire, luego de la recuperación del equipo, que hacía un año había sido decomisado por la Policía Nacional Civil del lugar donde funcionaban las radios comunitarias.

En 1998, La Asociación de Radios y programas participativos compra la frecuencia 92.1 del FM, esto permitió que todas las emisoras comunitaria socias de ARPAS empezaran a transmitir de forma legal.

A demás, el hecho de contar con una frecuencia, motivo en gran medida al personal de cada radio-emisora.

1.1.3 Datos generales de radio Izcanal

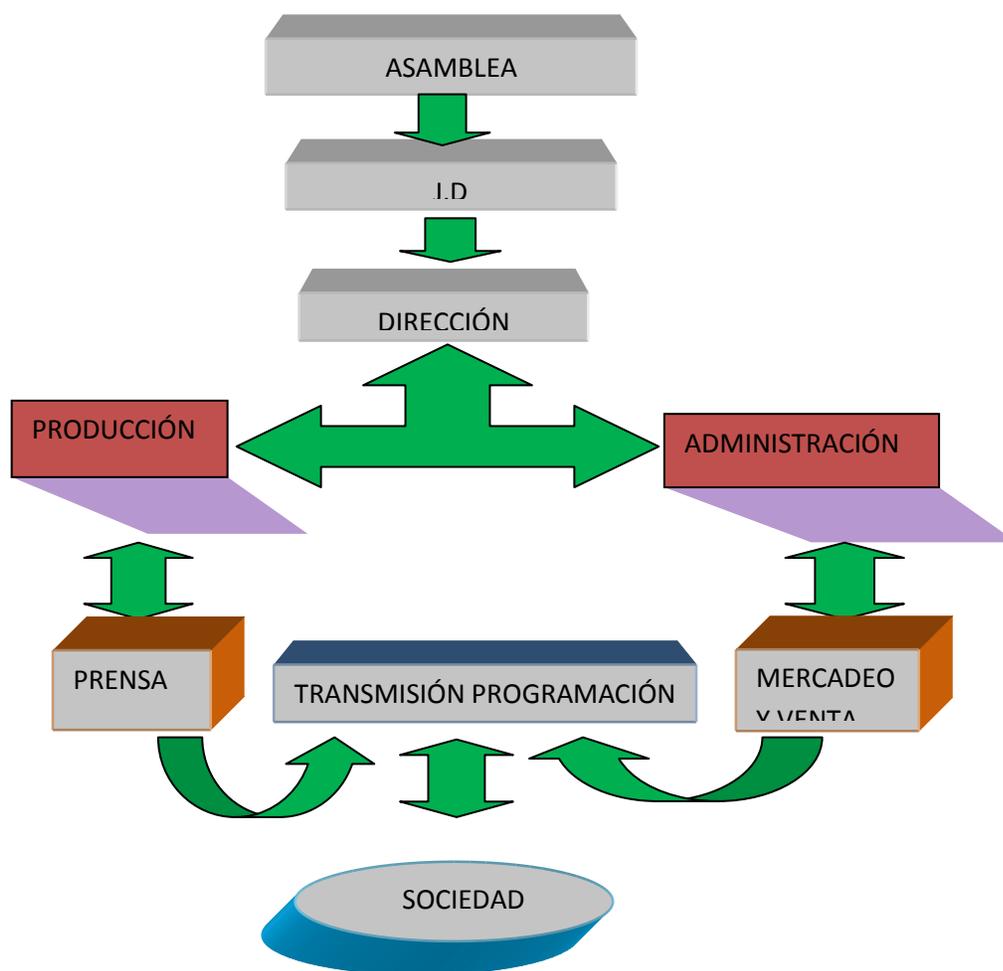
Radio Izcanal es una empresa caracterizada por su modelo de funcionamiento, diferente al modelo de las radios de tipo comercial. Se le clasifica como una radio comunitaria y alternativa. En este medio se da mayor importancia a las personas que forman parte de la comunidad y se facilita la participar en el desarrollo de los diferentes programas. Radio Izcanal es una emisora educativa, participativa, de entretenimiento, generadora de opinión y análisis.

El trabajo radiofónico de la misma es dirigido a todos los que están dentro del área de cobertura dando prioridad al sector rural y semi-urbano. Los lineamientos de la emisora y el trabajo que ha desarrollado a lo largo de su proceso de crecimiento determinan que es una radio comunitaria y que está al servicio de las comunidades más pobres de la zona. Así opina el Director de Izcanal: *“Yo entiendo, que lo comunitario no lo define si tiene o no*

publicidad, lo comunitario lo define los contenidos, el espíritu, el compromiso que tiene la radio con un determinado grupo o sector". (Gavira, 07-05-06).

Radio Izcanal se define como una emisora comunitaria y participativa que acompaña a la comunidad en todos los procesos de desarrollo, aportando e impulsando una comunicación democrática y alternativa.

1.1.3 Organigrama de Radio Izcanal (Elaboración propia)



Asamblea: Está conformada por miembros de la radio, juntas directivas de las comunidades y por personas que se identifican con el proyecto.

Junta Directiva: La conforman el presidente, vicepresidente, tesorero, secretario, síndico y 3 vocales. Igual que la Asamblea, está conformada por miembros de la radio, líderes de las comunidades y actores sociales.

Dirección: El director ejecutivo es la persona responsable de las relaciones institucionales y que coordina y verifica que el trabajo de los diferentes departamentos de la Radio, funcionen.

Producción: Es el departamento que tiene bajo su responsabilidad realizar todas las grabaciones de la radio. Actualmente es una mujer la responsable del Departamento. Su formación ha sido básicamente en la radio y en proyectos similares dentro y fuera del país.

Administración: Es la oficina encargada del área contable de la radio.

Prensa: Es el departamento que tiene bajo su responsabilidad toda la parte informativa de la radio.

Transmisión: Es el área o departamento que permite la puesta al aire de todos los programas en vivo o pregrabados de la radioemisora.

Sociedad: Beneficiarios directos del proyecto. Para Radio Izcanal, la sociedad, la gente, es la base de la radio. Se consideran no sólo oyentes, sino miembros activos del medio.

1.1.5 Ubicación Geográfica de Radio Izcanal

Radio Izcanal transmite desde El Barrio San Antonio, Villa Nueva Granada, en el Departamento de Usulután. Este municipio está ubicado en la zona norte del departamento. (Ver anexo 1)

El área de cobertura se extiende a todo el departamento de Usulután, parte de San Vicente, San Miguel y Cabañas. (Ver anexo 2)

Aproximadamente son 70 municipios los que están dentro de la cobertura, esto significa más de 800 mil oyentes, tanto del área urbana rural, como urbana marginal, lo que figura una audiencia potencial de la emisora.

Sus emisiones radiales están orientadas para todo tipo de oyentes (niños, jóvenes, adultos de la tercera edad, campesinos, personas de barrio y comunidades). En sus características, se denomina pluralista, no excluyente y generadora de opinión pública.

1.1.6 Objetivos de la programación de Radio Izcanal.

Objetivo general

Dar herramientas a los y las oyentes para que puedan comprender los hechos, sus causas y sus consecuencias, de manera que se pueda facilitar su participación en la vida social, económica y política tanto dentro del municipio como a nivel de país.

Objetivos específicos:

Informar de manera exacta y crítica sobre los hechos y procesos importantes que tienen incidencia en los ámbitos local, regional, nacional e internacional.

Permitir al oyente entender bien los grandes problemas que se viven en el país y en el mundo.

Asegurar el pluralismo de opiniones en la programación.

Opinar de manera seria y estructurada en los programas y formatos adecuados sobre los grandes temas que afectan a la sociedad, particularmente los sectores populares.

Incidir en la opinión pública, proponiendo temas y enfoques serios en la agenda pública informativa para que sean considerados y debatidos por la comunidad.

Difundir las experiencias –particularmente de los sectores populares- que buscan solución a problemas.

Reflejar la diversidad social, cultural, religiosa, étnica y política de nuestro pueblo y a su vez hacer valer los puntos comunes entre los distintos sectores de la sociedad.

(Mario Villalobos. Entrevista. 02-03-2007)

Un sondeo realizado el pasado mes de octubre de 2006, a personas que habitan en municipios del departamento de Usulután, nos confirmó que la audiencia sigue demandando de la radio cambios o mejoras en la programación.

Por ejemplo, piden se incrementen los espacios culturales, de opinión, y juveniles. Además, el estudio revela que los oyentes de la radio si bien gustan de la programación, consideran que existen programas que deben revisarse, a lo mejor no cuentan con el mejor formato o el horario no es el indicado. Señalan también que existen programas que son demasiado largos y esto hace que se pierda el interés y se vuelvan aburridos.

Recuadro realizado por la investigadora

Actualmente Radio Izcanal transmite las 24 horas, más de 20 programas se transmiten en vivo es decir son realizados con conductores, locutores o productores y 7 se cubre con una programación virtual desde la computadora.

Al revisar los objetivos bajo los cuales nació Radio Izcanal y luego de conocer la opinión de la población, podemos constatar que era necesario hacer una propuesta de cambios en la programación de esta radio.

Tal propuesta ha sido encaminada a hacer cumplir los objetivos del medio y al mismo tiempo, dar respuesta a las inquietudes que plantea la audiencia. Con esta propuesta de cambios, se pretende lograr una programación que responda a los intereses de la audiencia y al mismo tiempo que promueva la participación “con calidad” de la gente, aspecto importante en esta radioemisora y que según lo observado en documentos y en nuestro sondeo y entrevistas a profundidad, todavía no se cumplen a cabalidad.

1.1.7 TABLA 1. Programación General de Radio Izcanal.

CLASIFICACIÓN	NOMBRES	DIAS DE TRANSMISIÓN	HORA TIEMPO
INFORMATIVOS Y DE OPINIÓN	➤ A Tiempo	Lunes – viernes	1:00 - 1:30 p.m.
	➤ Cómo va la Cosa	Lunes a viernes	7:00 - 8:00 a.m.
	➤ Acontecer Municipal	Los domingos	8:00 - 9:00 a.m.
	➤ Sin Tapujo	lunes a viernes	9:00 - 10:00 p.m.
	➤ Boletín Informativo	lunes a viernes	9:00 y 10:00 a.m.
	➤ Avance Informativo	lunes a viernes	12:00 medio día
	➤ Voces en Contacto	lunes a viernes	5:00 – 6:00 p.m.
	➤ El Semanal	Fines de semana	1:30 – 9: 00p.m.
	➤ Contacto Sur	Lunes a sábado	6:00 – 6:30 a.m.
	➤ El Telegrama Social	lunes a viernes	8:00, 12:30 y 12:45
	➤ Telegrama de Deportivo	lunes a viernes	y 7:45 p.m.
RADIO-REVISTAS	➤ El Tempraneo	Lunes a viernes	5:00 – 7:00
	➤ La Tiendita	Lunes a viernes	10:00 – 12:00 p.m.
MUSICALES	➤ Ritmo Caliente	Lunes - viernes	8:15 – 10:00 a.m.
	➤ Izcanal Ranchero	Lunes - viernes	3:00 – 5:00 p.m.
	➤ El Transbordador Musical	Lunes - viernes	7:00 - 9:00 p.m.
	➤ El Madrugón	Sábados y dom.	5:00 – 7:30 a.m.
	➤ No Te Claves	Sábados	10:00 – 12:
	➤ Mister Miusic	Sábados	3:00 – 4:00 p.m.
	➤ Dos Horas Para Complacer	Domingos	6:00 – 4:00 p.m.
➤ Música de Protesta	Domingos	1:30 – 6:30 p.m.	
INFROMATIVOS Y ENTRETENIMIENTO	➤ Aka Musical	Sábados	6:00 -9:00 p.m.
	➤ Aquellos Maravillosos Años	Miércoles	5:00 – 5:30. p.m.
	➤ Caminos de Chaparrastique	Viernes	5:00 – 5:30 p.m.
	➤ La misión del Laico	Sábado	8:00 – 8:15 a.m.
	➤ Frecuencia Deportiva	lunes a viernes	8:00 – 8:15 PM
➤ Nuestra Campaña			
RELIGIOSOS	➤ La Voz de Díos	lunes a viernes	2:00 – 2:30 p.m.
	➤ La voz de la Verdad	lunes a viernes	2:30 – 3:30 p.m.
	➤ La Misa	Domingos	10:00 – 10:50 a.m.
INFANTIL	➤ Cipoteando en la Bendición	Domingos	11:00-12:00
	➤ El mundo de los Niños y las Niñas	Sábados	8:30-10:00 am

Cuadro elaborado por la investigadora

Actualmente, radio Izcanal realiza a la semana, más de 20 producciones radiofónicas: 5 noticiarios (A tiempo), avances informativos (flash informativos), entrevistas (Como va la cosa), microprogramas (Caminos de Chaparrastique), un resumen informativo, un noticiero latinoamericano, más de 13 programas musicales, seis entrevistas políticas a la semana, dos programas infantiles, un programa dirigido a adultos mayores, cinco entrevistas de

orientación e información, un programa musical con opinión y entrevista, cinco programas a la semana para abordar temas con la población a través de las llamadas al aire, seis programas evangélicos de más de una hora y la transmisión de la misa dominical. No pueden faltar las producciones de viñetas de programas, promocionales, cuñas educativas y cuñas comerciales. (Ver anexo 3 - 4)

Para la realización de los diferentes programas o producciones radiofónicas en general, se tienen más de 12 productoras y productores, entre profesionales y empíricos, pero todos y todas desempeñan una función para hacer posible esta forma de hacer radio.

Si bien es cierto que Radio Izcanal ofrece una programación variada y que, en cierta forma, responde a los gustos de su audiencia, todavía necesita hacer ajustes que le permitan proyectarse de forma total como una radioemisora participativa, alternativa y comunitaria.

Todos estos programas tienen su audiencia, esto se puede verificar, en los sondeos e investigaciones de la emisora. Además, se tiene el dato diario de las llamadas telefónicas de la audiencia que se reporta de diversos municipios. Sin embargo es necesario reestructurarlos con el objetivo de incrementar la participación.

Los últimos datos obtenidos en nuestra investigación, así como la información –no sistematizada- de la emisora, dan cuenta como después de 14 años, la audiencia de radio Izcanal ha crecido; este dato se refleja en el número de llamadas que a diario se reciben en la emisora, en el alcance –en cuanto cobertura- que la radio ha tenido, mayor presencia en las comunidades y, mayor participación en actividades de carácter cívico-cultural a la que la emisora es invitada.

De 205 personas que participaron en el sondeo 194 afirmaron haber escuchado la emisora, 11 respondieron que no la habían escuchado nunca. Sin embargo, la política del medio no es sólo tener audiencia pasiva sino, brindar información precisa, veraz y con objetividad para generar opinión y de esta forma, posibilitar espacios para que puedan expresarse.

Entre los datos obtenidos en el sondeo podemos destacar la inquietud de los jóvenes por la creación de espacios en los que ellos se sientan representados, donde se puedan abordar temas que orienten e informen a esta parte importante de la población.

Como se ha señalado, entre las referencias que obtuvimos para iniciar esta investigación, destaca un estudio de audiencia que se ha hecho de la emisora, con el objetivo de “conocer el nivel de posicionamiento de Radio Izcanal en el Departamento de Usulután, la incidencia que tiene como Radio Comunitaria y la percepción de calidad de la señal” .

En 13 años de historia, Radio Izcanal pasó de ser una radio de una pequeña comunidad a una emisora regional, lo que provocó un rediseño en su estructura organizativa y su plan estratégico. Para ello se contrató a la empresa INNOVE que realizó una asesoría entre Agosto y Septiembre de 2004 denominada "*Rediseño Organizacional en Asociación Izcanal*". Esta consultoría detectó una serie de preocupaciones de las cuales priorizó cinco, de estas se le da mayor importancia al literal V, porque tiene cierta relación con el tema en estudio.

- i) Claridad en funciones y compromisos múltiples.
- ii) Capacitación oportuna al personal.
- iii) Delegación gerencial (por unidad de trabajo).
- iv) Asunción de compromiso real en cada una de las áreas.
- v) Conocimiento de la audiencia actual (documento Empresa INNOVE, 2004).

Con motivo de la reorganización, el Área de Investigación y Mercadeo de Radio Izcanal hizo una encuesta con una muestra de 400 personas, con un margen de error del 5%. La muestra se definió según sexo: 184 mujeres y 216 hombres. Las encuestas se realizaron en 23 municipios, 18 pertenecen al departamento de Usulután y 5 municipios al departamento de San Miguel. (Ver anexo 5)

La investigación arrojó datos importantes, como por ejemplo, cuál era la radio más escuchada en el departamento de Usulután; de las personas que dijeron escuchar Radio Izcanal, se les preguntó porqué preferían esa emisora y, además, se estableció – geográficamente- cuáles eran las zonas donde más escuchaban Radio Izcanal. (Ver anexo 6)

A través de la encuesta se pudo constatar que Radio Izcanal es una de las emisoras regionales más cercanas a la gente, que se impone a emisoras que transmiten a nivel nacional.

Los motivos por los que se prefiere Radio Izcanal son diversos. En el sondeo realizado en octubre de 2006 en cinco municipios de Usulután, un 38% dijo que prefería la radio por la música; en el estudio de audiencia realizado por la misma radio la respuesta es similar a la anterior, un 33.6% prefiere la radio por la música.

En ambos estudios la respuesta es similar. La mayoría dice que prefiere la emisora por la música y las noticias. Sin embargo, al ser Radio Izcanal una emisora alternativa, la música no es parte esencial de su programación, sino los programas de opinión, educativos etc., pero en las preferencias de la audiencia estos se ven superados en 17.2% por los musicales.

1.1.8 El logo de Radio Izcanal

En su fase inicial estaba compuesto por varios elementos como el departamento de Usulután, una antena, sobre la antena un guis que significaba la voz de la radio y en marca de agua las ondas Hertzianas de la transmisión.

El segundo momento es la interpretación de elementos y conceptos simbólicos en su proceso constructivo en el que se describe los cambios del logo original: este paso significó mantener la voz, la antena y las ondas Hertzianas, estos tres elementos conformaron el nuevo logo de la emisora.

Actualmente la búsqueda de todos aquellos momentos que se cristaliza cada vez, aquellos objetivos trazados son el gran significado de procesos en material de comunicación hacia una sociedad que rompe el esquema vertical.

Hoy con la hormiga se simplifica la identidad de aquellas unidades como parte de un todo que trataba de posesionar una idea en la población como su diario vivir.

1.2 Planteamiento del Problema.

1.2.1 El Problema.

La existencia de radios comunitarias en El Salvador, representa avances importantes en el proceso de democratización y al mismo tiempo facilita los procesos de comunicación, sobre todo en sectores que demandan espacios en los que ellos puedan sentirse representados.

La guerra civil que vivió El Salvador durante más de 12 años, obligó a las comunidades a buscar medios de información alternativos que les permitieran conocer la realidad de lo que ocurría en el país. Pues muchas de las radioemisoras existentes en esa época del conflicto armado, habían cerrado filas para transmitir sólo una parte de lo que ocurría, los hechos eran narrados sin tomar en cuenta las dos caras de la moneda.

En 1990 las comunidades organizadas piensan y discuten sobre la creación de radioemisoras con visión comunitaria. Las señales de estas radios se cruzan en la distancia y compiten de alguna manera con las radios comerciales. Sin embargo, la misión de éstas era clara: permitir la comunicación instantánea de las comunidades donde funcionaban, poblaciones que habían permanecido por muchos años aisladas del acontecer nacional. (Rivas, D. Documento Revista Portada)

En El Salvador se hizo evidente, desde la firma de los Acuerdos de Paz, en Enero de 1992, un nuevo escenario político y quizá democrático, que permitió pensar -en algún momento- en la posibilidad de crear políticas o generar algunos espacios que facilitaran a las personas contar con medios de comunicación a través de los cuales expusieran sus problemas, dudas, o propuestas, y de esa forma, sentirse parte de una sociedad que se dice democrática y participativa que tiene a la persona como centro de sus actividades y visiones.

Sin embargo, en políticas comunicacionales, fue poco lo que se hizo en El Salvador para garantizar que la población contara o tuviera acceso a los medios de comunicación de manera directa y que se sintiera representada.

Así es como surge el interés de tomar como tema de estudio a una radio que se denomina comunitaria y que en su programación ofrece espacios que -en teoría- permiten la participación del oyente y promueven la identidad de una comunidad, forman opinión pública y fomenta valores.

Es importante tener en cuenta que para diseñar un programa, de cualquier carácter, se debe conocer o determinar el perfil de la audiencia para acordar, qué comunicar, cómo hacerlo y con qué fin. Es decir, si es un medio participativo, se debe entonces tener a la audiencia como eje central en torno al cual se diseñará un programa. Esto no estaría ocurriendo en Radio Izcanal, así lo dejan ver los primeros datos de nuestra propia investigación.

Es por ello que se consideró necesario hacer una revisión de la programación de la radio y al mismo tiempo, validarla con los oyentes, empleados de cargos administrativos y estratégicos - para nuestra investigación- a fin de que ellos puedan sugerir cambios en la programación o, reafirmar la aceptación de la misma. De señalarse cambios, estos deberán ser tomados en cuenta por la radioemisora con el objeto de lograr la participación de la audiencia.

No olvidemos que una radio comunitaria ha tomar en cuenta el interés de sus oyentes, debe -con su programación- satisfacer las necesidades de una comunidad que se identifica con el proyecto. La programación debe -por consiguiente- estar diseñada de tal forma que llene las expectativas no sólo del público meta, sino también de los involucrados en el proyecto radiofónico.

Muchas de las radios comunitarias en El Salvador, dedican pocos recursos a hacer una revisión periódica de sus programaciones, esto ha llevado a que muchos de estos proyectos alternativos, se alejen de los objetivos bajo los cuales fueron creados. (Entrevista a Mario Villalobos, periodista de medios comunitarios, 14-02-2007).

El estudio de audiencia realizado en Radio Izcanal, así como el sondeo de opinión, entrevistas a profundidad con algunos empleados y líderes de la Comunidad Nuevo Gualcho, nos permiten visualizar que es precisamente en el tema de la participación de la audiencia, donde Radio Izcanal muestra deficiencias. Y es que, ***a pesar de que la emisora cuenta con registros de alta cantidad en llamadas telefónicas, cartas, telegramas y correos electrónicos, la calidad de esta participación sigue siendo muy baja.***

Entonces surge la pregunta: ¿Cuáles son las estrategias más idóneas para mejorar el nivel de participación ciudadana en Radio Izcanal?

1.2.2 Objetivos

General:

Diseñar una propuesta de cambios que enriquezcan la programación de Radio Izcanal, ubicada en Nueva Granada, departamento de Usulután, en función de la radio y de su audiencia.

Específicos:

- Analizar la programación actual de la radio aplicando los criterios que caracterizan a una radio participativa y comunitaria.
- Analizar el perfil de la audiencia, sus gustos y necesidades.
- Diseñar y/o proponer cambios en programas de radio que respondan de manera coherente a los gustos o intereses de la audiencia y al objetivo de la radio, y en función de elevar el nivel de participación de la audiencia.

1.2.3 Fundamentos Teóricos

La radio

La radio se define como un medio de difusión masivo que llega a la gente de forma personal. Por su gran alcance le permite abarcar todas las clases sociales. Transmite ondas sonoras y está íntimamente vinculada al desarrollo cultural, económico y social. Antes que medio informativo es un medio comunicativo, que mueve un conjunto de relaciones e interacciones en el entorno político, económico, social y cultural. Relativamente incide en los procesos de cambio, políticos, culturales y sociales que se experimentan en una sociedad.

Para Marshall McLuhan la radio es un medio caliente porque “la participación del público es baja, la definición de su mensaje es alta y exige una gran dosis de información y,

además, la creación que provoca es de carácter exclusivo” (Ortiz, Miguel Ángel y Volpini Federico. 1995: 21) Pero el Profesor Martínez Alberto asegura que hoy se puede hablar de una Radio que asimila técnicas expositivas que requieren mayor participación de la audiencia.

Funciones de la radio

Informar, educar y entretener son las principales funciones que muchos autores tienen presente en el medio, pero es importante saber en que consiste cada una de ellas.

Informa: En general los medios de comunicación informan a la sociedad lo que acontece a nivel nacional e internacional. La radio a través de sus variados espacios informativos transmite a la audiencia los acontecimientos que suceden en su contexto. Radio Izcanal tiene entre sus ejes temáticos esta función. La cobertura y tratamiento informativo en esta radioemisora es aceptado por la audiencia que la considera: veraz, oportuna, inmediata, formativa y, sobre todo, formadora de opinión.

Educar: Una radio que se presenta como participativa o comunitaria, tendrá entre sus funciones, educar a través de los diferentes programas que se lancen en la programación. La función de educar en el caso concreto de Radio Izcanal, se refleja en programas de corte cultural, juvenil y familiares entre otros. Educar a la audiencia no implica mantenerla pasiva, escuchando atenta lo que se programa en el medio. Educar implica despertar el interés de la audiencia y volverlo un agente activo interesado en lo que acontece en su comunidad.

Entretener: El entretenimiento nunca se debe confundir con la calidad de la programación. Entretener es también educar, informar y culturizar puesto que las funciones se relacionan y nunca se aíslan.

Persuadir al oyente es importante para esta función puesto que atrae al radioescucha y la gran ventaja es que existe la posibilidad de utilizar una gran variedad de formatos ya sean musicales, humorísticos, informativos, dramatizados, entre otros.

Por ello el término de entretenimiento en general es “la comunicación primordial destinada a distraer a la gente, es decir, proporciona un rato agradable de ocio que permite disminuir las tensiones”. (José Ignacio López Vigil, 1997)

Características de la radio

La radio como medio de comunicación se caracteriza por:

Inmediatez de mensaje: es la posibilidad de que el emisor propone al oyente, un hecho casi al mismo tiempo en que ocurre, provocando rapidez en la comunicación.

Continuidad: Supone el seguimiento sistematizado de un suceso y crea un compromiso mayor del comunicador para con su audiencia.

Ubicuidad: Significa la posibilidad de identificar, elaborar y difundir el mensaje desde el lugar de los hechos.

Incentiva la imaginación: Despierta la imaginación.

Bajo costo por contacto: como medio de comunicación, la radio brinda la oportunidad de alcanzar un mercado con un presupuesto mucho mas bajo del que se necesita en otros medios, por lo tanto, es mayor la audiencia potencial.

Simultáneo: Por su exclusividad unisensorial sonora, permite realizar otras actividades al mismo tiempo, sin alterar el impacto del mensaje en el receptor.

Intimidad: Es la relación que se establece entre el medio y los destinatarios.

Ventajas y desventajas

La radio es un medio de comunicación social que está al alcance de la gran mayoría; a los oyentes se les facilita escuchar las señales de una estación de radio porque pueden con facilidad cargar un aparato receptor que pueda captar la transmisión de una radio.

Además despierta la imaginación; en la radio no se le da el mensaje completo a las personas, parte de este se deja a la imaginación individual de cada individuo, únicamente se le las ideas, las herramientas para que cada uno construya y viva a su manera el mensaje.

Con facilidad brinda participación: a través de sondeo, llamadas telefónicas, por medio de entrevista y al mismo tiempo desempeña un labor social como otros medio pero con más apertura por algunas características o ventajas que este posee.

Al darse la comunicación se está contribuyendo al desarrollo; si la radio es más barata y tiene mayor cobertura, por ende incide más al desarrollo de comunitario.

Una de las ventajas más importante y que diferencia la radio a otro medio es la espontaneidad, por su capacidad de inmediatez se puede transmitir un acontecimiento casi al mismo tiempo que este ocurre.

Formatos Radiofónicos

Los formatos radiofónicos son el molde individual que tiene cada uno de los programas. Se identifican varios tipos de formatos, entre ellos:

Dramático

Narrativo

Musical

Los formatos empleados en la programación de radio Izcanal son: la entrevista, el sondeo, las charlas, dramatizaciones, las noticias simples y las ampliadas.

Se opta por estos formatos porque se considera y según la experiencia de los periodistas y comunicadores de la emisora, estas formas de trabajar los contenidos se hacen con el propósito de lograr mayor participación de la audiencia. Además, el uso de estos formatos garantiza la armonía dentro de la programación y al mismo tiempo evitan la monotonía que se puede apreciar en las programaciones de otras radioemisoras.

Las radio fórmulas

Este no es un modelo pero según José Ignacio López Vigil la considera un modelo porque las radio fórmulas son formatos de programación o variables de la programación actual y sobre todo en las radios en España.

La radio fórmula es una especialización más precisa, ya que, además se define un formato específico que se va repitiendo muchas veces en la programación de la emisora. La

desventaja de este estilo de programación es el posible cansancio que puede provocar en los oyentes por escuchar una misma cosa varias veces.

La radio temática a diferencia de una radio fórmula se especializa en un contenido concreto, pero que, como advierte el profesor Joseph Maria Martí y otros estudiosos del medio, lo explota haciendo uso de distintos géneros, distribuidos por programas de diversa duración y realización. Por ejemplo una estación de contenido religioso se basa en las entrevistas, reportajes, informativos, etcétera.

En cambio la radio fórmula mantiene una estructura formal repetitiva, que actúa a la manera de un sólo programa durante las 24 horas del día.

Las programaciones se pueden clasificar según los siguientes aspectos:

Época: la programación permanece por ciclos o por temporadas; es decir, si estamos en vacaciones, por lo general podría ser tropical y no adulto contemporáneo.

Horario: Adaptables a las distintas horas del día y las audiencias que según los monitores les reporten de las características de los escuchas en cuanto a horas determinadas.

Contenidos: por lo general los programas transmitidos en radio suelen llevar un enfoque dentro de sus distintas emisiones, pero una programación de radio puede ir enfocada a difundir solo programas y no dar espacio de receso musical.

Géneros: Es decisión del programador, si la estación será 24 horas informativa, contenidos, musicales, radionovelas, religiosa, deportiva, etc.

Destinatario: Audiencia a la que se pretende alcanzar con los mensajes.

Programación habitual: conjugada con programas especiales. A veces pueden tener espacio de 1 a 2 horas dentro de la parrilla diaria o semanal.

Adecuación: Programas que se crean sin una investigación de su aceptación en la audiencia, pero un anunciante paga y exige su transmisión.

La Audiencia y tipos de audiencia

La audiencia es un conjunto de personas que escuchan una estación de radio. Puede ser un público efectivo o potencial y que se vuelven destinatarios de mensajes emitidos por un medio. Se considera audiencia, al público que recibe un mensaje.

Estas definiciones también se agrupan en un solo concepto que de forma general plantea los diferentes tipos de audiencia. Es importante aclarar que no existe la audiencia como conjunto homogéneo sino que dentro de este conjunto existen múltiples variantes pero para esta investigación se identificarán las más idóneas.

Mariano Cabrían en su libro Información Radiofónica define que la audiencia es, en términos generales, el conjunto de la población susceptible de recibir los mensajes en los términos de los medios de comunicación.

Los Tipos de Audiencia

Se refieren a la audiencia en relación a la población que reside dentro del campo de cobertura de la estación, la cual está constituida por todos los habitantes de la zona. Los tipos de audiencia son:

Audiencia Potencial: Es la parte de la población capaz o susceptible de recibir los mensajes de un medio determinado.

Audiencia Real: Engloba el número de oyentes que siguen el programa o la emisora de manera continua esporádica o casual. En base a proyección.

Audiencia Compartida: Es el número total de personas que han recibido un mensaje al menos una vez, a través de uno o varios medios.

Audiencia útil: La parte de la audiencia específica a la que añade un mensaje.

Audiencia Duplicada: Conjunto de personas que han recibido un mismo mensaje a través de varios medios.

Audiencia Acumulada: Es número de personas que han recibido el mensaje a través de un medio, debido a la repetición constante de dicho mensaje.

Audiencia Activa: Es el grupo de personas que reaccionan ante la recepción de un mensaje.

Importancia de la audiencia:

La audiencia es una comunidad interpretativa, que reacciona de diferentes formas al recibir un mensaje, la porción de personas que determina si el medio radio está siendo aceptado o rechazado, es el objeto de estudio para investigar los procesos de entendimiento y de interpretación de los mensajes y para determinar si lo que se emite es en beneficio de la gente.

La audiencia juega un importante dentro de la construcción de una programación, debido que para hacer una programación o modificarla es necesario conocer los gustos y hábitos de un número representativo de personas que escuchan la emisora.

María Corominas en su estudio de recepción considera *“imprescindible estudiar los procesos de significación a partir de la articulación entre los textos y la audiencia”*. (www.pcultures.com)

La audiencia no debe ser vista como homogénea sino heterogénea, es decir de varios públicos, por lo que representa el elemento clave para obtener éxito en la realización de programas.

La audiencia es destinataria de una programación y a su vez condicionante de la misma. Y todo ello para ofertar programas que atraigan y envuelvan a la audiencia.

La acumulación de emisoras conduce a una concentración de programas similares, de imitaciones que desembocan en cansancio, en agotamiento del interés. Y si se quiere mantener el interés de la audiencia no queda más remedio que apostar por la originalidad, por las diferencias, por la identidad de la emisora mediante la imaginación y creatividad. (Herrero, Sabrían. 2001)

La información

La información que radio Izcanal intenta dar es completa, exacta y equilibrada. Genera o da herramienta a los oyentes y permite la participación en la vida social, económica y política del país.

La información en esta emisora se considera eje importante, el primer paso para que la población pueda opinar sobre un acontecimiento de interés individual y colectivo.

Programación en Radio

La programación radiofónica se puede definir como la planificación de una relación comunicativa entre emisora y su audiencia mediante contenidos mediatizados en un conjunto armónico según los criterios de selección, dosificación y por los recursos técnicos humanos y económicos de producción y previstos para ser emitidos en un tiempo.

Es importante que cada periodista, productor y productora realice un proceso idóneo para montar la parrilla de programación de la radio, con el objetivo de evitar cometer errores por complacer gustos particulares. Al mismo tiempo es necesario investigar a la audiencia tomando en cuenta el perfil de los programas a transmitir en la programación, y mejorar las preferencias hacia la parrilla.

Tipos de programación

José Ignacio López Vigil propone cuatro modelos de programación, para diferentes formas de programación, y estas se basan según los intereses de las emisoras. También para el Ministerio de Ciencia y Educación de España existen tres modelos básicos estos son: generalista o total, especializada y mixta o híbrida, pero adicionan en última instancia la diferencia entre radio temática y radio fórmula que se desarrollará más adelante.

Si bien es cierto estos modelos permiten ordenar las programaciones de un medio, también es importante conocer –primero- nuestro público, así sabremos a cual de estos modelos debemos responder al momento de definir la programación.

Programación total

La característica principal de este tipo de programación es que ofrece una variedad de géneros y contenidos a una audiencia igualmente variada. La segmentación de los contenidos y la audiencia se pueden dar a nivel de programas, pero la programación en general está dirigida a alcanzar muchos y variados públicos.

La programación total es llamada también generalista, convencional o tradicional se basa en explotar distintos contenidos y ofrecen espacios variados por ejemplo informativos, musicales, deportivos, culturales, etc. Este modelo es para radios con frecuencia o de circuito cerrado (locales).

Programación segmentada

Este tipo de programación se refiere a la selección de públicos. Las emisoras programan para un público específico. Por eso hay emisoras para determinados segmentos o géneros estos programas de radio están dirigidos por ejemplo a niños, jóvenes, hombres y mujeres. Los géneros y los formatos pueden ser variados, en cada programa, pero la programación total ya tiene destinado el perfil del público al cual se dirige como lo definíamos anteriormente es el perfil de la emisora la que define la programación para luego segmentarla especialmente para el público a la cual va dirigida.

Programación especializada

Según el profesor Joseph María Martí en su libro de modelos de programación radiofónica, por la explotación de contenidos monotemáticos, bien sean musicales informativos o de otro tipo destinados a segmentos específicos de la audiencia potencial de una determinada emisora.

Es decir que el modelo especializado se basa en un solo contenido en su programación. En este sentido, hay emisoras sólo musicales, de noticias, de deportes y religiosas, entre otras.

Participación en radio

Participación en radio es la manera en que los oyentes se identifican y forman parte de una estación radial. La participación de la audiencia de una radio se puede ejercer desde el momento que una persona enciende su radio-receptor y se queda escuchando las ondas de una estación radial. También se puede participar al realizar una llamada telefónica para hacer una denuncia, un aviso, un saludo o para pedir una canción. Hay otras formas de participar en una radio, a través de un sondeo sobre un tema, a través de una entrevista o directamente en un programa de información o de entretenimiento.

La participación en la radio es la acción o la respuesta de los oyentes ante un mensaje transmitido y las diferentes maneras de participar en el medio; esta participación es la condición mínima para que el medio cumpla con su fin de informar, educar y fomentar la opinión pública.

En Radio Izcanal la participación de los oyentes o audiencia se determinó por los diferentes indicadores que muestran como las personas responden a un determinado mensaje de la programación de radio, sea la participación activa o pasiva. Cuando la emisora no contaba con teléfono, la gente participaba utilizando comunicación escrita, enviando cartas, a través de este medio emitían saludos, felicitaciones, poemas y sugerencia a la emisora; poco a poco las formas de participación fueron cambiando, ahora las personas se han modernizado, hacen uso de la línea telefónica, opinan, denuncian y envían saludos a sus amistades y familiares.

Formas de Participación

Las formas de participación son varias: por medio de cartas, telegramas, llamadas telefónicas, denuncias, correo electrónico, participar a través de un sondeo, en una entrevista hasta formar parte de un grupo de productores. Para las radios comunitarias, el tema de la participación es fundamental, de allí el interés de contar con espacios diversos que permitan y garanticen la participación de la audiencia.

Niveles de Participación

Los niveles de participación se pueden dividir en dos grandes grupos: participación activa o crítica y participación pasiva. La participación activa es aquella en la que el oyente es emisor y receptor, y además es crítico con la programación de la emisora. Radio Izcanal por su recorrido en las comunicaciones radiales establece algunas formas o niveles de participación de la audiencia. Para esta radioemisora, la participación debe ser activa, le interesa que el oyente se involucre, opine. En la medida en que un oyente se involucra en la programación, la radio podrá contar con audiencia prepositiva, crítica y al mismo tiempo, interesada en el quehacer de la radio, esto aunque algunos consideren que puede entorpecer decisiones que generalmente se dan sólo a los más altos niveles, a la largo puede ser un fortaleza que permita identificar fallas de la radio o más concretamente, de su programación.

Participación ciudadana en las radios comunitarias

El tema de la participación de las radios populares o comunitarias no es nada nuevo porque esta participación directa de la audiencia fue la bandera, la consigna permanente, de las radios populares latinoamericanas durante décadas.

Es necesario traer a mención que en América Latina hay aproximadamente mil radios que se pueden considerar comunitarias, educativas, populares o ciudadanas. Estas emisoras se diferencian de otras radios, por sus objetivos políticos, de transformación social, de búsqueda de un sistema justo, con vigencia de los derechos humanos, con acceso y participación de las mayorías.

Tales objetivos están estrictamente relacionados con los ejes temáticos o estratégicos de la emisora y se intentan cumplir a través de cada programa que se realiza.

Cada periodista o comunicador de radios comunitarias es conocedor de cómo lograr mayor participación de la audiencia en los diferentes programas, informativos, de opinión, educación, musical o entretenimiento.

Al consultar al periodista chileno, Mario Villalobos, con más de 25 años de experiencia en radios comunitarias en América Latina, sobre las características con las que cuenta una programación de una radio participativa, éste consideró 4 aspectos fundamentales:

1.- La inclusión temática: integración de temas de interés planteado por las audiencias, a partir de procesos de vinculación, producción y evaluación de los programas

2.- Micrófonos abiertos para tener la voz de las audiencias con sus propuestas, visiones, mensajes, denuncias, etc.

3.- Elementos de mediación entre autoridades y audiencias para la resolución de sus problemas.

4.- Construcción democrática de los mensajes, que impida la imposición de criterios políticos o sociales. (Villalobos, Mario, entrevista 30-03-2007).

Los cuatro puntos que el periodista Villalobos menciona se tomaron en consideración al momento de elaborar una propuesta de programación, a fin de que se asegure o facilite, la participación de los oyentes.

La radio comunitaria está caracterizada por la activa participación de la comunidad en los procesos de creación de noticias, entretenimiento y material culturalmente relevante, y ello con un énfasis en temas y preocupaciones locales. Con capacitación, productores locales pueden crear programas usando sus voces locales. La comunidad puede, igualmente, participar en el manejo de la estación y opinar en la programación y contenido de los programas. (AMARC África y Páinos África Austral. 1998)

Los diferentes nombres bajo los que se conoce el modelo de radios comunitarias responden a las diferentes realidades que la han ido alumbrando.

Radio Comunitaria y Participativas

No podemos decir que exista una definición exacta, sin embargo, José Ignacio López Vigil plantea varias características que debe tener un medio que se diga comunitario.

El objetivo principal o razón de ser del medio debe ser el de servir a la comunidad, que promueva la participación y que responda a los intereses de la mayoría sin excluir a nadie.

Radio Izcanal es socia de la Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador ARPAS; esta institución define a las radios comunitarias como “aquellas que trabajan por la comunicación, que buscan el desarrollo humano en las comunidades, promueven la participación ciudadana, con visión crítica, reflejando su entorno y partiendo de él para producir y hacer una programación participativa; cuyo fin no es comercial pero sí sustentable”. (Documentos de ARPAS, 2006)

Radio Izcanal tiene su propia definición: “Es un proyecto alternativo que nace en el seno de una comunidad de repatriados, con el objetivo muy claro de ser un medio de comunicación alternativo que promueva el desarrollo, en una primera instancia de la comunidad y luego el desarrollo de las comunidades del área de cobertura a través de una programación que tiene ejes temáticos, ejes estratégicos que contribuyen a generar desarrollo”. (Documento de Radio Izcanal, 2006).

Es importante dejar sentado que existen diferentes formas de llamar a estos proyectos. En primer lugar se puede establecer que cada una recibe un calificativo, llámese participativa comunitaria o popular, estos nombres se les da con base a la experiencia particular que tiene cada una. López Vigil plantea las diferentes formas de llamar estas emisoras. “En Canadá se conocen como radios comunitarias. En Europa prefieren llamarse radios asociativas”. “En África, Radios Rurales, en Austria se les conoce como radios públicas, y en nuestra América latina la variedad de nombres da cuenta de la riqueza de las experiencias: educativa en Bolivia, libres en Brasil, participativas en El Salvador, populares en Ecuador, indígenas en México”. (José Ignacio López Vigil, 1997:530).

La definición de radio comunitaria no parte de que si ésta tiene o no publicidad, sino el trato de los diversos contenidos en toda su programación y por su definición de nacer en la comunidad y acompañarla en los procesos de desarrollo.

Para José Ignacio López Vigil, Radio comunitaria se puede definir con una palabra: democracia; es decir que “Radio comunitaria y participativa, es la aplicación del concepto político de democracia al campo de la comunicación” el medio de comunicación en este caso radio tiene que ser democrático, abierto para toda la audiencia.

A partir de la experiencia que se ha tenido en Radio Izcanal, el director de esta emisora deja claro por que este tipo de medios recibe la categoría de comunitaria o participativa:

a) Los objetivos de la emisora no son lucrativos y tienen una finalidad social que beneficia a la comunidad definida.

b) La propiedad y las decisiones estratégicas las toman un grupo de personas que son representativas de la comunidad.

c) A nivel interno se ejerce la democracia y sus trabajadores / as ponen en práctica los valores que se recogen en las políticas comunicacionales.

d) La programación responde a intereses, costumbres, necesidades, gustos y otros, del grupo al que representa (Público meta, perfil del oyente) y que es vulnerable social o políticamente.

e) Existe motivación permanente para que la audiencia pueda participar en la programación establecida, o tener espacios propios, siempre dentro de las políticas comunicativas de la institución.

f) Existen canales adecuados, no excluyentes, para que la audiencia pueda participar esporádica o continuamente.

g) Se crean mecanismos para apoyar técnicamente a personas o grupos para que puedan elaborar programas radiofónicos.

h) Dentro de una escala de participación en la programación, existen distintos niveles de calidad de participación. (Solicitud de canción, servicio social, denuncia, opinión)

i) La cantidad y calidad de participación de la audiencia, no forzosamente, define el perfil de comunitario, si bien la radio procurará la mayor participación y de la mejor calidad posible. Esto se verá como un proceso educativo cíclico.

j) Características culturales, educativas, políticas, religiosas, de liderazgo, de seguridad personal, etc. son algunas que pueden condicionar el nivel de participación de la audiencia.

j) El compromiso o vinculación política o religiosa de la emisora así como los mecanismos técnicos o metodológicos que la emisora define para facilitar o propiciar la participación, también pueden condicionar los niveles de ésta.

Pudiéramos decir de manera concreta que, cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésta es una radio comunitaria. Lograrlo no es fácil, pero en América Latina hay muchas emisoras que intentan poner en práctica muchos de éstos elementos que validen su razón de ser.

Bajo este concepto, nació Radio Izcanal. Radioemisora que ha sido seleccionada para hacerle una propuesta de cambios en su programación, a fin de que esta responda a los intereses de la audiencia y los objetivos planteados por ella misma.

Tipo de programación en las radios comunitarias

Desde que se establecieron los primeros perfiles de programas radiofónicos, se han dado pasos gigantados hasta convertirse en el medio de comunicación masivo más importante para la sociedad.

El año 1920, marco el punto de inicio de la radio difusión. En EE.UU. comenzaron a probar experiencias con programas variados, informaciones políticas, económicas y culturales con mucho éxito. (Comunicación Radiofónica a Distancia. 2002:pág. 28)

Uno de los objetivos de las radios comunitarias está enfocado en la programación: la programación de la radio comunitaria es elegida por la comunidad para mejorar las condiciones sociales y la calidad de su vida. La comunidad misma plantea cuáles son sus prioridades y necesidades en términos de la provisión de información.

La programación de las radios comunitarias goza de las características espacios o programas con mayor participación de las comunidades. Los programas radiofónicos en las emisoras populares hacen uso de formatos de mayor empatía con la población y facilidad para los productores en la parte de producción y costo económico.

La producción en las radios comunitarias

Las emisoras comunitarias desde sus inicios han intentado hacer radio en la calle, han brindado espacios de participación a la ciudadanía.

Desde su aparición, las radios comunitarias han incursionado en la incorporación de formatos idóneos para acercar a la comunidad a la radio o viceversa. Los directores, periodistas, productores y reporteros se han apropiado de géneros y formatos claves para que los ciudadanos y ciudadanas hagan la radio parte de su vida.

La audiencia es el elemento que marca la pauta en la elaboración de la programación en las radios comunitarias o participativas. No se puede establecer una parrilla de programación si no se conocen aspectos importantes de la vida cotidiana de las comunidades.

Las programaciones en las radios populares surgen a partir de las inquietudes y opiniones de los oyentes y de la radio; no se puede hacer radio comunitaria si no se tiene una programación variada que incida y que facilite la participación de los oyentes.

Entre los formatos más utilizados en las radios comunitarias se pueden mencionar: las dramatizaciones, los diferentes tipos de charla, las entrevistas, los sondeos, programas de opinión, entre otros.

José Ignacio López Vigil, insiste en que: “Cuando una radio promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses; cuando responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras, ésta es una radio comunitaria”. (López, José Ignacio. 1997: 538-539)

Un aspecto importante e indispensable para diseñar una programación radiofónica en una emisora participativa es conocer la audiencia a través de las encuestas o sondeos que permitan el conocimiento de datos como: gustos, preferencia y la opinión con relación a un programa determinado, inquietud de los oyentes etc. Toda esta información se convierte en la base principal para tomarlo en cuenta a la hora de cambiar, modificar o diseñar un nuevo programa.

Entre las técnicas más utilizadas para conocer la opinión de la audiencia está el sondeo, “Lo que importa en los sondeos son los datos imparciales, correlacionales, que pintan grandes panoramas, regularidades del comportamiento de los oyentes. Cuando tenemos esos datos frente a los ojos, se revelan muchas cosas. Pero también revelan

nuevas interrogantes acerca de los oyentes y acerca de cómo viven las personas esa condición". (ALER Quito-Ecuador. 1996)

La radio comunitaria está orientada a satisfacer las necesidades de la comunidad y acompañarla en el proceso de desarrollo.

Se consideran medios contruidos desde una concepción horizontal, en los que el colectivo de la radio y la comunidad definen las pautas de funcionamiento, que se orienten al desarrollo humano.

Las radios comunitarias en El Salvador, realizan estudios cualitativos para conocer la audiencia, sus gustos, sus preferencias, sus inquietudes.

Cada una de las radios comunitarias adopta individualmente los formatos o géneros periodísticos a emplear con el objeto de llevar el mensaje de una manera eficaz a los oyentes y motivarlos a participar libremente en el medio.

La mayoría de radios comunitarias hacen uso de la radio revista, con este formato se puede abordar un tema desde diferentes puntos de vista a través de diversas producciones radiofónicas.

La radio revista educativa y participativa es uno de los formatos mas utilizados en emisoras educativas, culturales, populares y comerciales de América Latina (Enciclopedia de autoformación radiofónica. Radio Nederland)

Limitantes en la producción y sostenimiento financiero de las radios comunitarias

Desde su nacimiento, las radios comunitarias han enfrentado dificultades de tipo social, políticas y económicas, que han obstaculizado el pleno desarrollo comunicacional de estos proyectos participativos.

Política

Estos proyectos radiofónicos, participativos y alternativos han sido vinculados a la línea política de izquierda lo que significa un obstáculo en el proceso de vanguardia de las mismas.

La derecha de algunos países donde funcionan las radios comunitarias perciben estas iniciativas como parte de la oposición, los partidos de derecha han mostrado temor a los proyectos comunicacionales de radios comunitarias a tal grado de cerrar la transmisión y decomisar el equipo de transmisión como ocurrió en El Salvador el 05 de Noviembre de 1995, ANTEL autoriza a la policía Nacional Civil desposeer el equipo de transmisión de las radios comunitarias.

Generalmente, en la mayoría de países de la región, las políticas de comunicación van orientadas a intereses de los sectores que ostentan el poder, por lo cual las radios comunitarias no reciben ninguna clase de apoyo de parte del gobierno o gobiernos municipales, sobreviven gracias a la ayuda internacional y a los pocos espacios publicitarios que logran incorporar en sus programaciones.

Económico

El problema económico ha sido el mayor obstáculo para tener un mayor acercamiento a los objetivos bajo los cuales fueron concebidas las emisoras comunitarias. Al no contar con los suficientes recursos para subsistir, el trabajo de radio en la calle es muy reducido, el trabajo investigativo se frena y por ende la calidad y el contenido del mensaje es menor.

Entre los formatos radiofónicos propios de las radios comunitarias está: la radio en la calle, es decir, sacar los micrófonos de las cabinas y trasladarlos hasta las comunidades, pero esto implica gasto y por supuesto hacer uso de la tecnología. “La radio en la calle supone la utilización de tecnología y esta tiene un costo. Antiguamente se utilizaban los “handy”, pero ya gastados, con baterías deterioradas y sin recursos, no es posible pensar en esta opción” (Mario Villalobos, entrevista 14-02-2007)

Hoy en día existen diferentes formas de comunicación, los teléfonos celulares han venido incursionando de forma exagerada, sin embargo las radios comunitarias no pueden hacer uso pleno de este aparato por que genera gasto que no puede ser pagado, por lo tanto esta opción queda descalificada en una radio comunitaria.

La parte económica es uno de los problemas más grandes que impiden que las radios comunitarias tengan mayor desarrollo comunicacional. La deserción y poca estabilidad del personal es también efectos de la falta de ingresos en el medio, la falta de prestaciones laborales y de manera general la sostenibilidad económica de la radio.

La falta de recursos impide que se realicen investigaciones de la audiencia que permitan conocer, los gustos, las preferencias de la población, su opinión con relación a la programación, conductores, formato y otros elementos.

“Sin diseñar investigaciones complejas, que requieren considerables recursos y esfuerzos, incorporan a sus rutinas un tipo de prácticas que denominamos investigativas, y que permiten ir logrando un conocimiento sistemático de la audiencia: de los modos en que los oyentes se vinculan con la radio o con programas específicas, de las razones que les motivan a hacerlo, de las expectativas que tienen” (Como Conocer La Audiencia de una Emisora. LOS DEBATES DE AUDIENCIA, 1996).

CAPITULO II

FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

CAPITULO 2. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Aplicación Metodológica

Cualquier estudio científico por grande o pequeño que sea, es importante, como importante son los métodos y técnicas de investigación que existen. De acuerdo a la naturaleza del estudio, así el investigador opta por un procedimiento o por una aplicación específica del método. Definiéndose como técnica “el instrumento de la actividad científica que nos sirve para conseguir conocimiento de la naturaleza de la sociedad” (Eli de Gortary, 1979) entonces podemos decir que el método es el procedimiento planeado, un arreglo ordenado, un plan general, una manera de emprender sistemáticamente el estudio de los fenómenos de una cierta disciplina. Y una técnica es la aplicación específica del método, mediante el procedimiento o conjunto de procedimientos para el empleo de un instrumento.

El objetivo de cualquier ciencia es adquirir conocimientos y la elección del método adecuado que nos permita conocer la realidad es por tanto fundamental.

Entonces, se puede decir que todo proceso de investigación, busca establecer un conjunto de procedimientos técnicos y empíricos, que garanticen que los datos recogidos, construidos y las explicaciones o interpretaciones que se realicen, se aproximen a la realidad social.

Para realizar este trabajo, se hizo uso de la Investigación Cualitativa y de la Investigación Operativa, ya que éstas permiten la comprensión de algunos elementos que influyen en la conducta social o personal, además, facilita el diseño de proyectos orientados a dar solución a un problema concreto.

La investigación cualitativa evita la cuantificación. Los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas.

La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica.

La investigación cualitativa ofrece algunas ventajas entre las que podemos citar: costo relativamente bajo en comparación con otras investigaciones, permite realizarse y analizarse con relativa rapidez, su diseño puede modificarse durante el curso de la investigación y también porque permite establecer un vínculo directo con la población a la que hemos señalado o tomado como muestra para nuestro trabajo.

Mientras que la investigación Operativa establece los procedimientos para reunir información que permita tomar decisiones confiables para solucionar un problema concreto de la realidad a corto o mediano plazo.

La investigación realizada la podemos caracterizar como un estudio cualitativo social. En términos más profesionales es una combinación de la investigación cualitativa y la investigación operativa, tales métodos fueron tomados en cuenta dado que la naturaleza del estudio así lo demandaba.

Tanto las metodologías empleadas como las técnicas permitieron que se obtuvieran los datos en este estudio y por ende inciden en la propuesta de solución al problema planteado en el proceso de la realización de esta investigación.

Es importante mencionar que las metodologías se complementan, ambas requieren de la realización del diagnóstico, se define el problema, se cuenta con fases para la investigación y las dos tienen su propia utilidad, pero la investigación cualitativa permite un estudio más de campo, mientras que la investigación operativa da una solución a un problema concreto a corto o mediano plazo.

2.1.1. Definición y justificación de la muestra

Para conocer la opinión de la audiencia de Radio Izcanal, en Nueva Granada departamento de Usulután, con relación a la programación de esta emisora se realizó un sondeo a 205 personas de cinco municipios cercanos a la sede del medio.

Las personas que formaron parte de la muestra conocen de la existencia de la radio debido a que habitan en zonas hasta donde llega la señal de Radio Izcanal y, por lo tanto, en estas comunidades la emisora es escuchada. Además, de alguna manera los habitantes de

los municipios cercanos a la radio, han vivido el proceso de desarrollo comunicacional de este medio comunitario y participativo.

De las 205 personas que participaron en el sondeo, 101 fueron hombres y 104 mujeres, de los municipios de: Berlín, Santiago de María, Mercedes Umaña, Nueva Granada, Estanzuelas y otros municipios de este departamento. La muestra usada por tanto, es del tipo no probabilística, ya que únicamente se pretendía obtener información básica para cumplir los objetivos de la investigación. El número de personas a encuestar se decidió por medio del muestreo por criterio.

Se tenía claro que los habitantes de los municipios que participaron en la encuesta tenían características similares, es decir, personas que habitan en la zona rural y semi-urbana, les agobian los mismos problemas sociales y económicos y de alguna manera están excluidos de los grandes medios de comunicación.

Para elegir la muestra, en el caso del sondeo, se partió de la importancia básica de que las personas que respondieran la encuesta vivieran en el departamento de Usulután, ya que esto abriría la posibilidad de que alguna vez hubiesen escuchado la emisora en estudio.

En la primera interrogante del sondeo se preguntó si conocía o había escuchado Radio Izcanal, la mayoría manifestó conocerla, tal información daba la pauta para seguir todo el proceso de la investigación. (Ver anexo 7)

Para complementar la información que se recabó con el sondeo, se realizaron entrevistas a profundidad a miembro de radio Izcanal y líderes de la comunidad de Nuevo Gualcho, con el propósito de tener mayor información para este trabajo de grado. (Ver anexo 8, 9 y 10)

Para la realización de las entrevistas, se tomó en cuenta el conocimiento que el sujeto elegido tuviera de la radio. Es decir, necesariamente la personas seleccionadas debían conocer la programación de Radio Izcanal, objetivos y perfil de la emisora, además del público al que ésta va dirigido.

2.1.2. Descripción de las Técnicas de Investigación

Las técnicas de investigación utilizadas para este trabajo fueron el sondeo y la entrevista a profundidad.

El Sondeo y la entrevista a profundidad son dos técnicas que se han combinado en el proceso de investigación, ambas se complementan y permiten que se obtengan resultados más confiables.

2.1.3 Aplicación de la Muestra

2.1.3.1 El Sondeo

Todos los sondeos son técnicas que se utilizan en investigaciones de diferentes enfoques, ya sea una investigación cualitativa, cuantitativa o mixta. Estas técnicas se basan en muestras y se sujetan al error de muestreo.

Como ya se ha planteado, se realizaron 205 encuestas con un total de diez preguntas.

Estas encuestas se hicieron a personas que transitaban por el parque de los cinco municipios más cercanos a la radio. Los municipios que sirvieron para la muestra son los siguientes:

- | | |
|---------------------|------------------|
| 1 Santiago de María | 4 Mercedes Umaña |
| 2 Nueva Granada | 5 Berlín |
| 3 Estanzuelas | |

Para llevar a cabo el sondeo se contó con la colaboración de miembros del grupo juvenil de Nueva Granada y de la comunidad Nuevo Gualcho. Las fechas en las cuales se realizaron los sondeos fueron los meses de Abril y Mayo de 2006.

Con el objeto de lograr resultados positivos en dicha actividad, se determinó hacer los sondeos los días domingo debido a que había mayor afluencia de personas en los lugares seleccionados para tomar la muestra.

2.1.3.2 TABLA 2. *Datos del sondeo de opinión*

OBJETIVO	Conocer la opinión de la audiencia con relación a la programación de Radio Izcanal.
CARACTERÍSTICA	Todas las personas que participaron del sondeo son oyentes de Radio Izcanal y que por pertenecer a municipios cercanos de la emisora son testigos del proceso de crecimiento de la misma, esto les facultó cierto grado de conocimiento de la programación de esta emisora comunitaria.
UNIVERSO	Oyentes de municipios cercanos a la sede de Radio Izcanal
MUESTRA	205 personas entre ellos jóvenes y adultos del área urbana y rural todos oyentes de Radio Izcanal.
PERIODO DE REALIZACIÓN	Entre el mes de febrero y marzo del 2006
LOCACIÓN O LUGAR DE ELABORACIÓN	Las encuestas se llevaron a cabo en los lugares donde se concentra mayor cantidad de personas, como por ejemplo los parques. La encuesta se realizó en una sección, previamente se le dio confianza al participante.

Cuadro elaborado por la propia investigadora

2.1.4 La Entrevista

Hay diferentes tipos de entrevista, pero la que corresponde describir en este trabajo, es la entrevista a profundidad hecha a personas previamente seleccionadas y que debían tener las siguientes características:

- 1 Conocer ampliamente el proyecto de radio Izcanal.
- 2 Conocer la programación de Radio Izcanal.
- 3 Conocer el perfil de los oyentes de la emisora.
- 4 Conocer sobre radios comunitarias.

Con las entrevistas se buscaba contar con opiniones calificadas en torno a diversos tópicos de Radio Izcanal. La muestra se dividió en tres grupos quedando de la siguiente manera:

2.1.4.1 TABLA 3. Grupos seleccionados para las entrevistas

ENTREVISTADOS	OBJETIVOS
<p>Lideres de la comunidad Nuevo Gualcho.</p> <p>Roselia Herrera</p> <p>Cayetano Orellana</p> <p>Delfina Saravia</p> <p>Basilio Chavarría</p> <p>Esteban</p>	<p>Conocer cómo nace el proyecto de Radio Izcanal y cual era la visión que se tenía del mismo.</p>
<p>Director/sub-directora</p> <p>José Luis Gavira</p> <p>Irayda García</p>	<p>Conocer los objetivos bases de la programación y el proceso de desarrollo de la Radio.</p>
<p>Empleados</p> <p>Margarita Díaz</p> <p>Ever Cruz</p> <p>Fidel Araujo</p>	<p>Conocer sobre los formatos y las dinámicas de producción.</p>

Hecho por la investigadora

2.1.4.2 Descripción de Grupos Seleccionados

GRUPO 1. Líderes de la comunidad Nuevo Gualcho

Estas personas fueron seleccionadas por haber formado parte del grupo que propone la idea de crear una radioemisora comunitaria, que se convirtiera en el medio de comunicación de la zona. (Ver anexo 8)

GRUPO 2

Director/sub-directora de Radio Izcanal

Con estas personas se buscaba conocer los objetivos y el perfil bajo los cuales nace la emisora. Además, se quiso indagar sobre el proceso de desarrollo que ellos han percibido durante los 14 años que la estación tiene de estar al aire (ver anexo 9).

GRUPO 3. Empleados de Radio Izcanal (Productores)

Estas personas fueron claves dentro de este proceso de investigación, ya que son las que tienen relación directa con los productos radiofónicos que salen al aire. Los productores son las personas que tienen o deberían tener conocimiento de cuales son los objetivos de la programación y, por lo tanto, la calidad que deben tener los programas.

Como técnica de investigación, la entrevista, abarca diversas dimensiones: amplía y verifica el conocimiento científico; obtiene o posibilita llevar la vida diaria del ser humano al nivel del conocimiento y elaboración científica, y permite la reflexión del entrevistado de un determinado tema.

En el marco científico, son varias las formas en que se emplea esta técnica. Se encuentra así, en el lenguaje del estudio, diversos tipos de entrevistas: focalizadas o directas y a profundidad o abierta, entre otras.

En la entrevista a profundidad, el entrevistador tiene amplia libertad para las preguntas y sus intervenciones, permitiéndose toda la flexibilidad necesaria en cada caso particular.

2.1.5. Delimitación espacio – temporal

Para la realización de esta investigación se contó con más de ocho meses, los primeros 6 meses se tomaron para definir el tema, investigar libros, documentos y tesis sobre el tema en estudio y se realizaron las entrevistas y sondeos. Con la información recopilada se dio paso a la realización del trabajo de grado.

En cuatro meses se hizo el proyecto final. En este lapso de tiempo se logró corregir el documento con base a las observaciones en el anteproyecto y se le incorporaron los elementos indispensables para este trabajo de graduación.

2.1.6. Pregunta guía de la investigación.

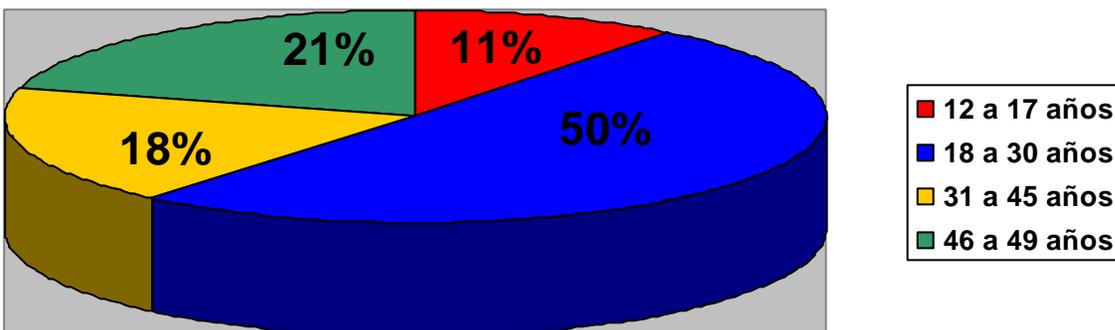
Es necesario recalcar que para esta investigación se hizo uso de dos técnicas cualitativas como es la entrevista a profundidad y el sondeo; en las entrevistas a líderes de la comunidad donde surge la radio se puede considerar como pregunta clave: ¿Cree usted que es necesario que se hagan cambios en la programación de radio Izcanal? obviamente esta pregunta arrojó los datos más importantes para este trabajo, que tendrá un aporte significativo para la audiencia de la radioemisora en estudio, así como para la institución y para mí como investigadora.

En el sondeo se destacaron otros aspectos como la importancia que cobra la radio en la comunidad y como se ha logrado la participación que se tiene actualmente.

2.2. Presentación de datos

Tabla A

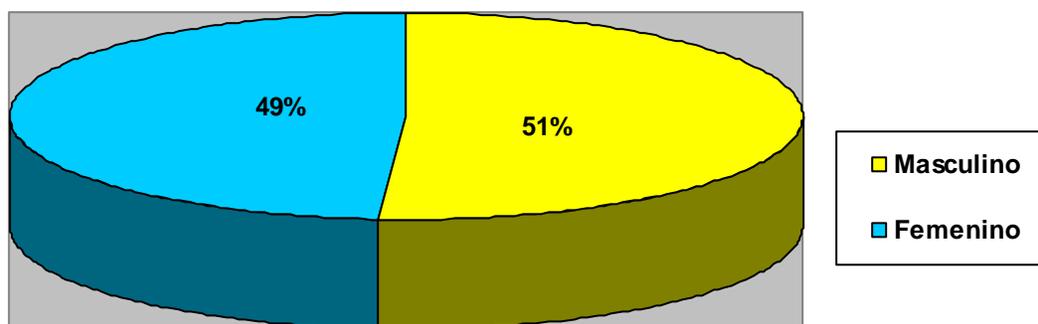
Edad y Porcentaje de los Encuestados



La audiencia de Radio Izcanal está compuesta por niños, jóvenes y adultos; como se puede observar en el gráfico de pastel hay una participación notoria de jóvenes y adultos. Más del 50% son personas entre los 18-30 años, el 21% son personas entre las edades 46-49 años, luego el 18% representa los de 31-45 años y el 11% de 12-17 años.

Tabla B

Cantidad de hombres y mujeres encuestados

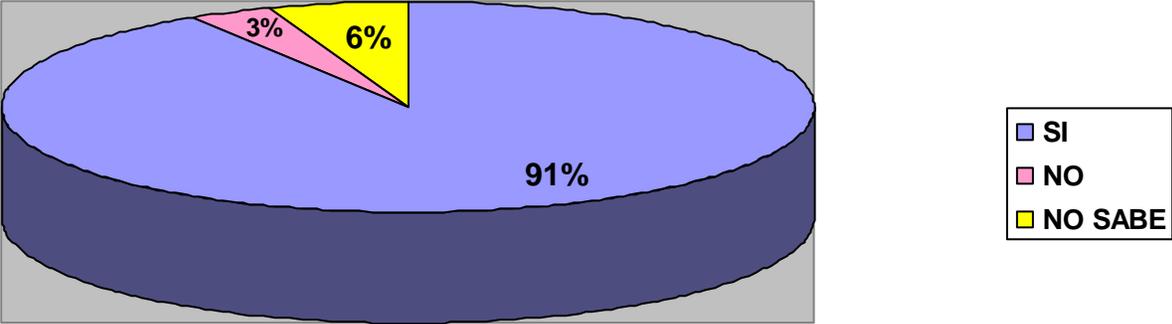


La muestra para este sondeo la componen hombre y mujeres, tanto del área rural como semi-urbano, pertenecientes a municipios cercanos a Nueva Granda, lugar donde está la sede de la radio Izcanal.

además, la radio es una de las que mas escucha la gente de esos municipios. Estos primeros datos que lanzó el cuestionario fue la clave para que se obtuviera la información que permitió que este estudio de grado continuara.

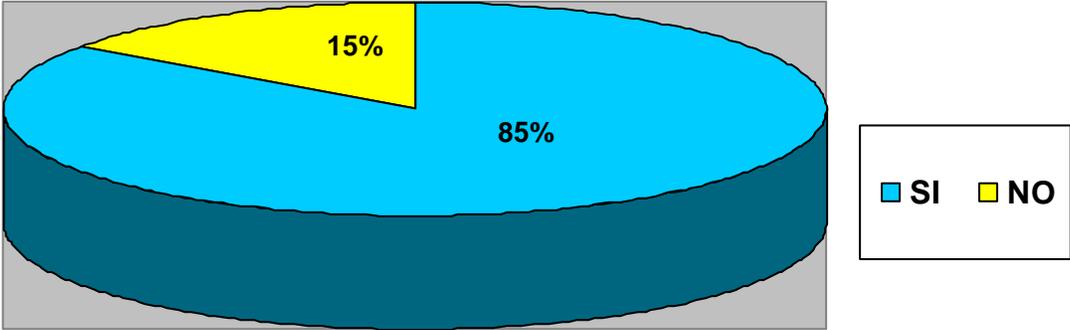
Es importante señalar que, de las personas que prefirieron no responder, la mayoría dijo que escuchaban la radio a horas muy específicas y que por eso no conocían en detalle toda la programación y que preferían dejar esa pregunta sin responder.

2-¿Conoce la programación de Radio Izcanal?



La respuesta de la pregunta 2 se ubica entre las más importantes, el 91% manifiesta conocer la programación de radio Izcanal, el 6% no sabe y el 3 no la conoce. La mayoría dice conocer la programación de esta emisora, información importante para continuar indagando sobre este tema.

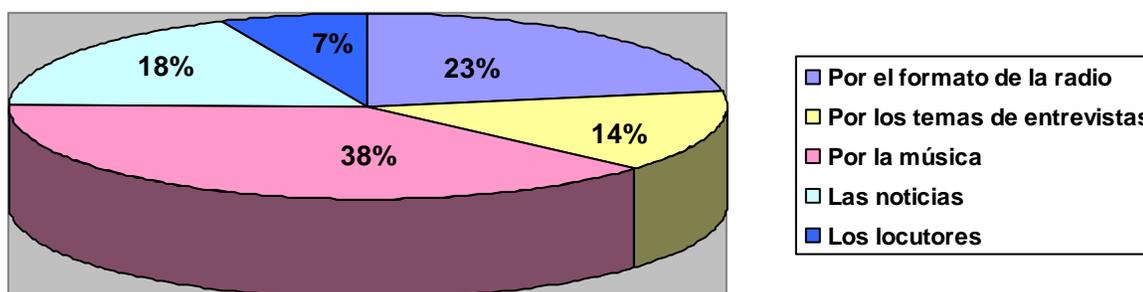
3- ¿Le gusta la programación de radio Izcanal?



La pregunta anterior da pauta para preguntar a las personas si le gusta o no la programación de la emisora. El 85% manifiesta que si y el 15% manifiesta que no. Este dato puede confundir al lector, no es lo mismo decir gustar que preferir una o todas las producciones de radio Izcanal. Si la encuesta terminaría en esta pregunta no fuera necesario hacer cambios parciales en la programación de radio Izcanal, sin embargo las siguientes preguntas van más allá del simple hecho saber si les gusta o no la programación.

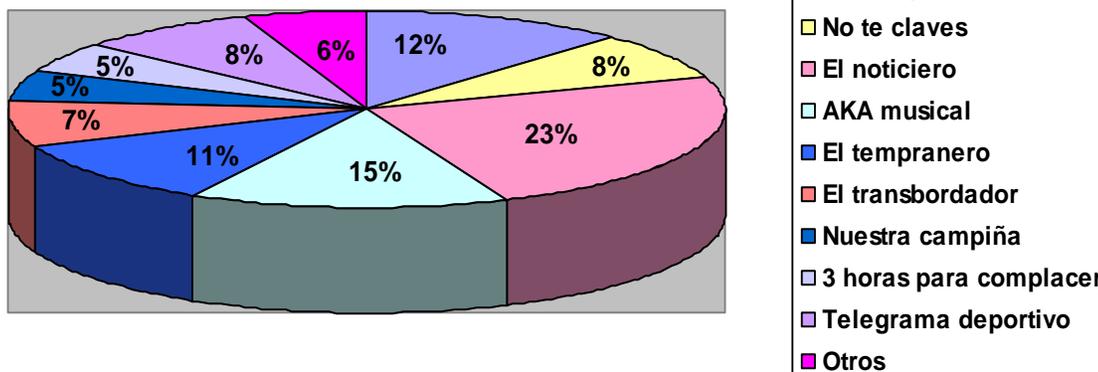
3.1- ¿Por qué le gusta la Programación?

Razones por qué le gusta la programación



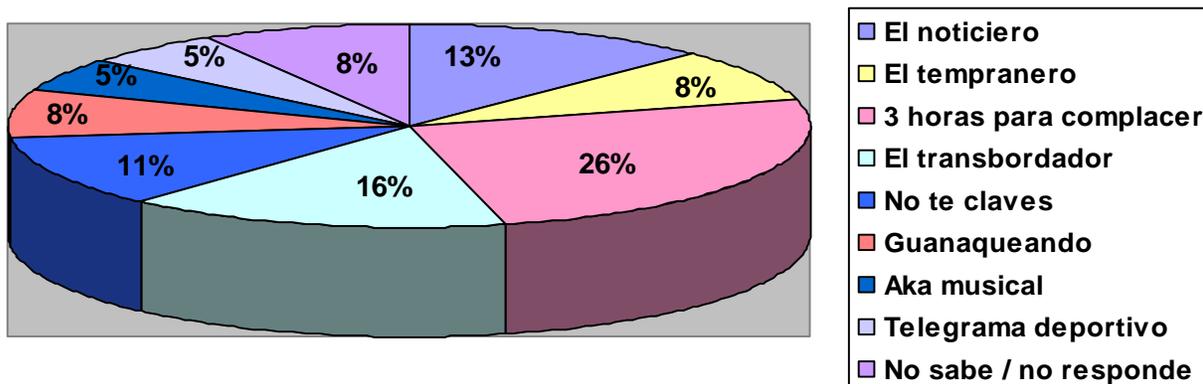
Tanto en sondeo como en el estudio de audiencia se preguntó a la población: ¿Por qué le gusta la programación de radio Izcanal?, la mayoría respondió que por la música, este dato es similar en ambos estudios; sin embargo este resultado no es satisfactorio para la misma emisora, porque el fin principal no es complacer en un primer instante con la música, sino más bien dar los espacios para que la ciudadanía pueda opinar, expresarse libremente. En este estudio los formatos es otra de las razones es por qué les gusta la programación, le sigue con un 18% las noticias, 14% por los temas y un 7% por los locutores.

4- ¿Qué Programas ha escuchado



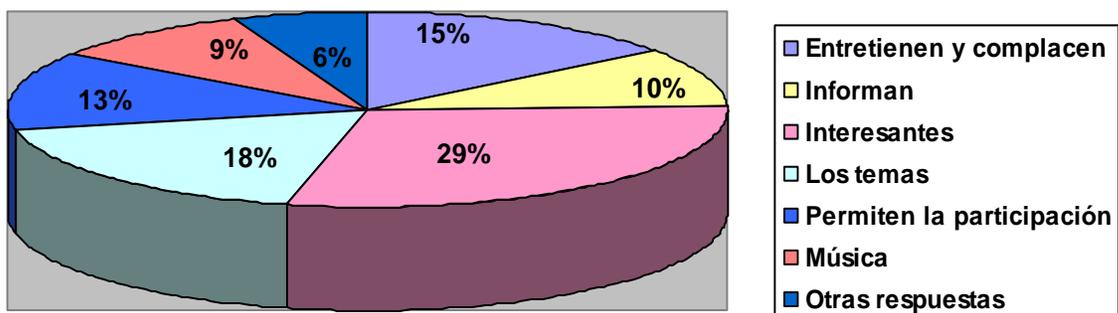
Entre los programas más escuchados está el noticiero, luego el programa Aka Musical, Guaqueando, Nuestra Campaña y el resto son programas de aviso social y musicales, para jóvenes y adultos. Si sumamos estos datos los programas musicales son los de mayor reconocimiento por la población.

5- De estos programas, ¿Cuál es el que más le gusta?



En esta respuesta la inclinación sigue en la música y solo en un 13 % por la información. Este dato es una demostración más que la mayor identificación de los oyentes es por los programas musicales.

5.1- ¿Por qué le gusta?

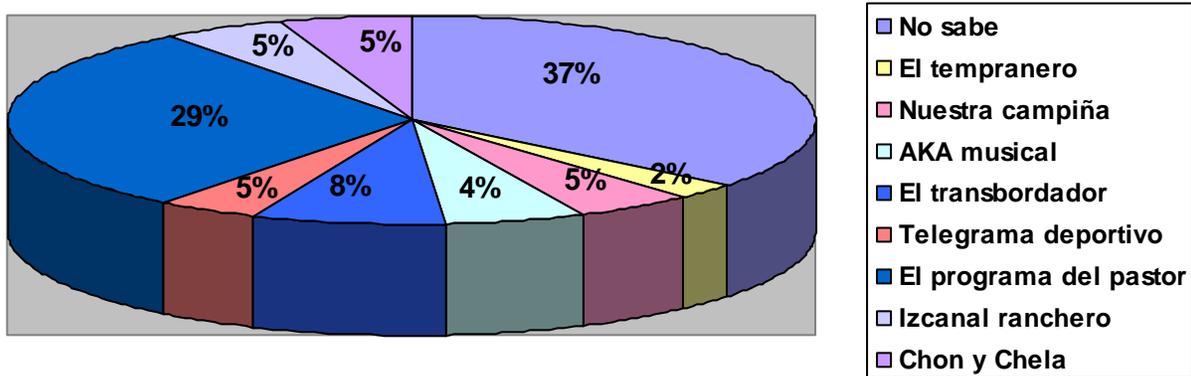


El resultado de esta pregunta es variado, pero tiene relación con la pregunta anterior; un 29% interesantes, mientras que el 18 % por los temas, 15% entretienen y complacen, solo un 13 % por la participación, un 10% informan, 9% música y un 6% otras respuestas.

Se puede visualizar que las respuestas entretienen y complacen, interesantes y música tienen cierta relación, lo que nos indica que la respuesta vislumbra que la radio es escuchada por la música u otros programas de entretenimiento.

Un pequeño porcentaje por la participación, temas e información.

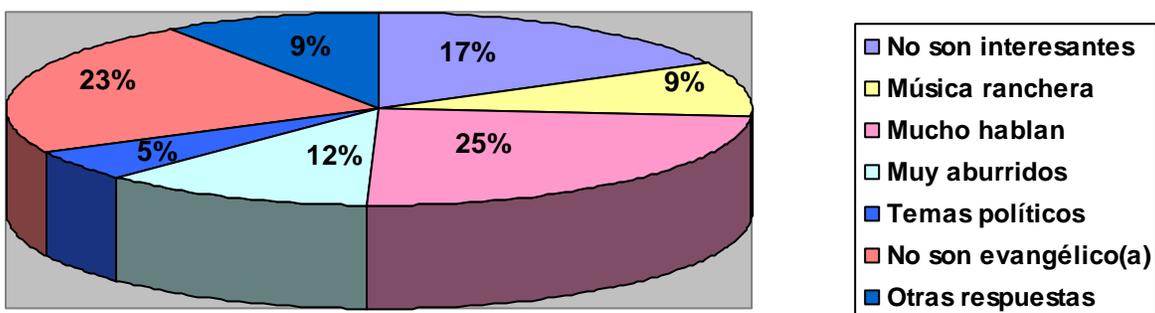
6- ¿Cuáles son los programas que no le gustan?



La respuesta de esta pregunta es muy dispersa y variada, con un bajo porcentaje aparecen varios programas que no son de agrado para los oyentes; 39% no sabe, un 29% programa del pastor y un 8% por ciento el Transbordador Musical.

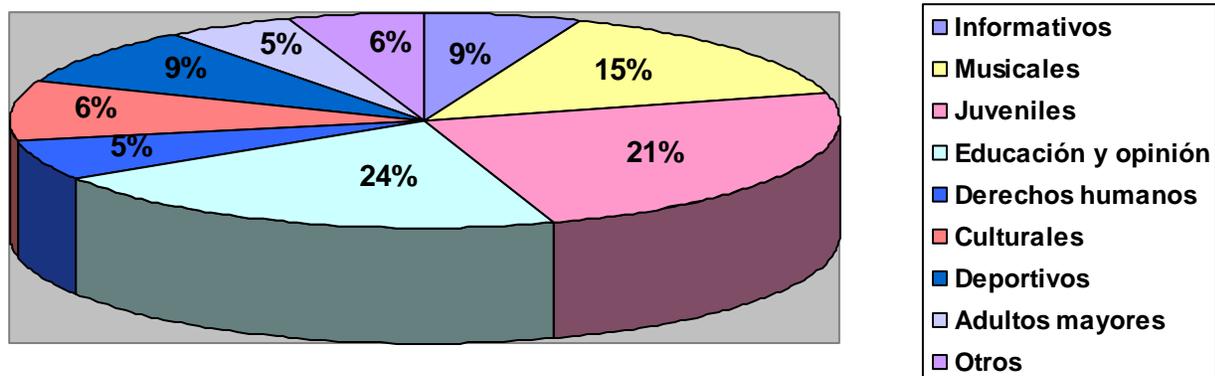
Sin embargo con este resultado se puede deducir que las personas han escuchado estos programas para poder dar esta opinión.

6.1- ¿Por qué no le gusta?



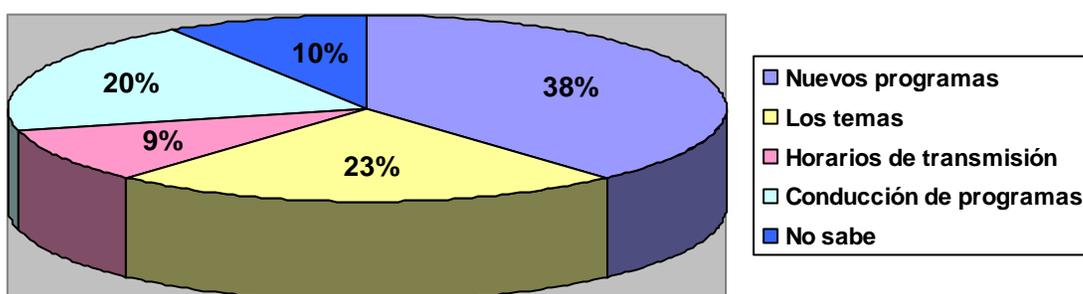
Entre las razones el por qué no les gustan los programas están: un 25% mucho hablan, 23% no son evangélicos, 17% no son interesantes, 12 % muy aburridos entre otras respuestas.

7- ¿Qué programas le gustaría que se incorporaran a la programación?



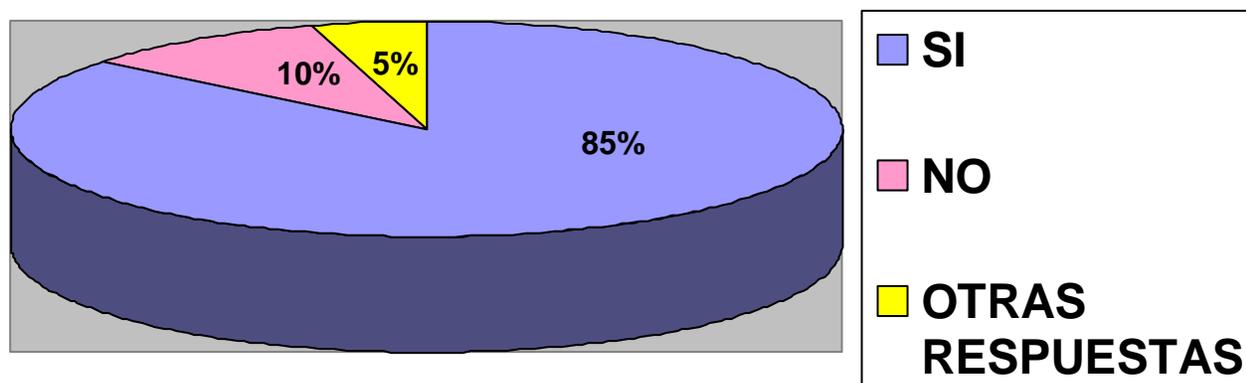
Cuando se le preguntó a los entrevistados que programas le gustaría se incorporaran a la programación estos respondieron de la siguiente forma: 24% dijo que de corte educativo y de opinión. Mientras tanto, un 21% dijo que programas juveniles que abordaran temáticas de interés para los jóvenes; un 15% señaló programas musicales; otros señalaron programas de tipo noticioso, deportivo etc.

8- ¿Qué lo motiva a participar?



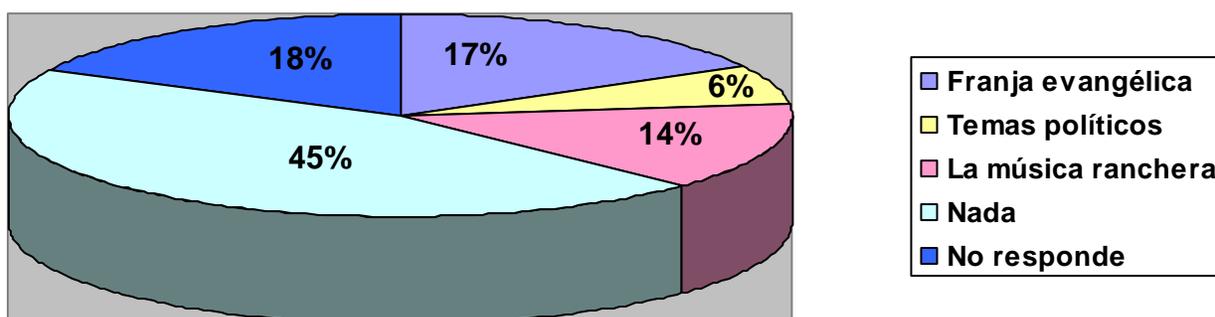
Un dato de suma importancia para la investigación, fue el obtenido en la pregunta de ¿Qué lo motivaría a participar en la radio? Un 38% de los entrevistados dijo que la incorporación de nuevos programas; un 23% señala que la presencia de temas interesantes; 20% señala que la mejora en la conducción de los programas; sólo un 9% señaló cambios en los horarios de transmisión y 10% no supo contestar.

9- ¿Cree usted que los horarios de transmisión son los adecuados?



Los datos del sondeo proporcionan información a favor y en contra de la programación de radio Izcanal. En esta pregunta los oyentes dejan claro que los horarios son los más indicados, no ocurre esto cuando se pregunta aspectos relacionados a temas, formatos o contenidos.

10- ¿Qué le cambiaría a la programación de la Radio?



A la pregunta de qué le cambiaría a la programación, 45% señaló que nada; 18% no respondió; 17% dijo que la franja evangélica; un 14% señaló la música ranchera y, un 6% dijo que los temas políticos que se abordan en la radio.

2.3 Interpretación de datos.

Análisis de datos.

Conocer qué piensan los oyentes sobre determinada programación radial, es sin lugar a dudas un elemento vital que servirá como insumo para que una emisora mejore o mantenga la calidad de sus productos. Con el sondeo realizado en 5 municipios del Departamento de Usulután a un total de 205 personas, se pudo constatar que la programación de Radio Izcanal necesita mejoras sustanciales que permitan lograr el objetivo trazado por esta emisora hace 14 años atrás:

“Dar herramientas a las y los oyentes para que puedan comprender los hechos, sus causas y sus consecuencias, de manera que se pueda facilitar su participación en la vida social,

económica y política tanto dentro del municipio como a nivel de país". (Política de comunicación de Radio Izcanal).

A esta conclusión se llegó luego de conocer todas las respuestas y analizar cada una de ellas. Los resultados obtenidos en el sondeo de opinión nos permiten ver como a preguntas como: ¿Por qué le gusta la programación de Radio Izcanal?, 38 de cada 100 personas dijeron que por la música, y sólo un 23% se refirió al formato de la radio, es decir, por su carácter participativo e incluyente. Además, a la pregunta de ¿Qué programas le gustaría que se incorporaran a la programación? Un 24% -el porcentaje más alto- dijo que de corte educativo y de opinión, seguido de un 21% que dijo que programas de carácter juvenil (no necesariamente musicales) sino espacios en los que pudieran abordarse temáticas de interés para los jóvenes, obviamente con formatos atractivos para este sector de la población.

A la pregunta de qué lo motivaría a participar en la radio, la respuesta que tuvo mayor porcentaje fue: la inclusión de nuevos programas, 38 de cada 100 entrevistados; seguido de un 23% que se refirió concretamente a los temas que se aborden. Esta pregunta fue muy importante para la presente investigación, pues da la pauta de que si bien es cierto la gente que escucha Radio Izcanal, gusta de su programación, también demanda la creación de nuevos programas y la inclusión de temáticas interesantes en los espacios que ya existen. Sin embargo, aunque pudiera pensarse que es contradictorio que a la pregunta de ¿Qué le cambiaría a la programación de la radio?, 45 de cada 100 dice que nada, al momento de hablarse de participación, la gente se detiene a pensar y responde, tal como se ha señalado anteriormente. Por lo tanto, que mientras la audiencia se ubica en un lugar como un ente pasivo, piensa que todo esta bien, 45%, pero al momento de situarlos en una posición activa en la que él debe participar, si considera que debería haber nuevos espacios y mejorar otros que ya existen en la programación.

Vale la pena entonces plantear nuevamente la pregunta ¿con la actual programación de la radio, se cumplirá el objetivo de ésta? ¿Ofreciendo un porcentaje que sobrepasa el 60% de música, se logrará tener una participación de calidad, tal como lo demanda la emisora?

La creación de una radio que vaya más allá de las ganancias económicas y más allá del puro y simple entretenimiento, implica un trabajo profundo, sistemático y cercano con la gente a la que se pretende llegar.

Plantearse una programación que logre obtener una participación con calidad y no únicamente en cantidad, exige recurrir a la búsqueda de productos radiofónicos de calidad. Desde estos planteamientos se propone algunas pautas que podrían tomarse como punto de partida para la construcción de una “parrilla” que tenga como eje de acción a la persona misma y su desarrollo integral, respondiendo así al gran objetivo de la radio. Además, es importante dejar sentado que lograr una participación con calidad, implica contar no sólo con una buena programación, sino también con un buen funcionamiento “integral”, de la radioemisora.

CAPITULO III

PROPUESTA

CAPITULO 3.- PROPUESTA

INTRODUCCIÓN

Radio Izcanal tiene más de 14 años de estar al aire y cuenta con una programación aceptable para la audiencia, según los datos obtenidos a lo largo de este estudio. Sin embargo, en la emisora se han creado e incorporado programas musicales, de opinión, información y entretenimiento, sin haber establecido previamente los públicos a los cuales está dirigida la radioemisora, la competencia, etc. Situación que ha llevado a esta radioemisora a no estar satisfecha con los niveles de participación con los que cuenta, pues considera que a 14 años de haber lanzado su señal al aire, es oportuno hacer una revisión seria de toda su programación.

Es así como en esta propuesta queda sentada la necesidad de mantener una constante evaluación de los programas que se transmiten, a fin de ir innovando, no sólo a nivel de formatos, sino también en contenidos.

En el estudio que se ha realizado a través de la técnica del sondeo, las entrevistas a profundidad y la observación directa, se refleja la necesidad de incorporar nuevos espacios en la radioemisora y mejorar algunos que ya existen y que son muy bien aceptados por la audiencia.

Y es que, si bien es cierto no es fácil establecer el formato que deberá aplicarse a determinado programa, es indispensable definir de manera muy clara, el formato adecuado para audiencias específicas.

La audiencia no es un todo homogéneo. No hay un público, sino muchos públicos. ¿Qué espacios dedicar entonces a mujeres y a hombres, a niños y niñas, a jóvenes, adultos y adultos mayores? Y en cuanto al sector social que se quiere alcanzar: ¿más popular, más de clase media, más urbano, más campesino, más de emigrantes o informales?

Se comienza definiendo con qué rostro y con quiénes quieren la radio relacionarse.

Aunque, también se toma muy en cuenta que sólo si se inicia desde un buen diagnóstico del estado actual de la radioemisora, se sabría que estrategias implementar para mejorar la programación o proponer nuevos espacios.

Además, se considera el contexto en el cual se encuentra la radio, se conoce los públicos, la competencia, y algo muy importante, los recursos con los que cuenta el medio. Una radiografía de Radio Izcanal que permite visualizar con claridad el problema, se representa de la siguiente manera:

TABLA 4. FODA de Radio Izcanal

Fortaleza	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> -Posicionamiento en la zona de cobertura, (70 municipios) - Identificación de la gente con la radio. - Aceptación de la programación por parte de los oyentes. - Participación de la comunidad en las actividades de la emisora. - Reconocimiento de la radio a nivel nacional e internacional. - Tecnología moderna en cuanto a equipos de transmisión, formación y producción. - Credibilidad. - Planes de capacitación para personal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Apertura de organizaciones no gubernamentales para participar en el desarrollo y fortalecimiento de la radio. - Ofrecimiento de una programación alternativa. - Formación para jóvenes interesados en la radio. 	<ul style="list-style-type: none"> -Poca participación calificada de la audiencia. - Falta de unidad móvil. -Inexistencia de planificación del trabajo, (planes operativos). -Ausencia de registros de documentación de la radio. -Inexistencia de instrumentos para la evaluación del personal y del trabajo en general. - Redacción poco clara y muy general de objetivos. - Recursos económicos insuficientes. - Nulo interés de las agencias de publicidad en pautar en radios de este tipo, (comunitarias) - Incentivos económicos insuficientes. - Personal poco calificado para desempeñar sus labores. - Inexistencia de un manual de funciones. - No contar con frecuencia propia. - Falta de manual con lineamientos claros en cuanto a los espacios 	<ul style="list-style-type: none"> - Perder los objetivos bajo los cuales nace la radio. -Mucha dependencia de ayuda externa. -Espacios publicitarios que atentan contra los objetivos de la radio. Perder la señal. Ofertas de radios comerciales. Competencia publicitaria desleal.

		publicitarios.	
--	--	----------------	--

Realizada por la investigadora.

Los resultados obtenidos con esta herramienta, (FODA), si bien es cierto nos reflejaron una serie de debilidades en el área administrativa, éstas no son ajenas a la programación ya que repercuten de manera directa en ella. Por ejemplo, la falta de incentivos económicos, personal no calificado para desempeñar sus labores, inexistencia de planes de trabajo, falta de manual de operaciones, entre otros, son problemas o fallas que de no ser resueltos de manera oportuna, afectan la programación. Y, esta problemática a su vez, se ve reflejada en la calidad de la participación en la radio. Sin embargo, en el presente trabajo de grado, no se planteo una solución a los problemas de tipo administrativo, la propuesta más bien está encaminada a resolver el problema de la falta de calidad en la programación.

La base para esta propuesta no sólo es el estudio realizado en este trabajo, sino también los estudios con los que cuenta la radioemisora, y es oportuno hacer los siguientes cambios y/o mejoras a la programación.

PROPUESTA

3.1. MANUAL DE OPERACIONES:

El manual de operaciones es un instrumento en el que se establecen una serie de referencias que permitan a una empresa o, en este caso a un medio de comunicación, asegurar el cumplimiento de los objetivos de la radio, ya que en él se describen las responsabilidades de cada uno de los empleados de la institución. Su alcance es de carácter normativo.

El manual que se propone debe definir y describir las responsabilidades y los procedimientos básicos para la elaboración de las actividades de la radioemisora. Entre los aspectos que debe contener el manual se puede citar:

- Perfil del personal de la radio.
- Creación de instrumentos que permitan una revisión y evaluación periódica de la programación.
- Registro de cada uno de los programas con sus respectivos perfiles y sinopsis.
- Crear un instrumento que permita sistematizar toda la información que exista de la radio o que se vaya generando a través de los años.

3. 2. EVALUACIÓN DE PROGRAMAS

Como un ejemplo que puede servir de guía para la evaluación de los programas, se presenta el siguiente:

PROGRAMA AKA-MUSICAL: *(actualmente en programación)*

- Definir el perfil del conductor del programa.
- Establecer una estructura a seguir en el programa.
- Trabajar con guión y temáticas definidas
- Delimitar el público (o por lo menos conocerlo)
- Mantener una evaluación permanente del programa.

3.3. PROPUESTA DE NUEVO PROGRAMA:

3.3.1 (DEMO) de cómo deben registrarse los nuevos espacios.

Nombre del programa: **SITIO JOVEN**

3.3.2 Objetivo del programa.

- Brindar un espacio de participación a los jóvenes.
- Presentar una propuesta atractiva a los jóvenes que los motive a participar de manera crítica y libre.
- Abordar temáticas de interés para los jóvenes, propuestos por jóvenes.

3.3.3 Sinopsis.

SITIO JOVEN, será un programa realizado por jóvenes y para jóvenes. En este espacio se desarrollarán diversos temas que afecten directa o indirectamente a la juventud, por ejemplo: jóvenes y democracia, violencia social, participación ciudadana, por qué estudiar en la universidad, riesgos de la migración, la autoestima entre otros.

3.3.4 Características.

- Un programa con un formato de radio-revista
- 1 hora de duración
- Será conducido por dos personas
- Se transmitirá en vivo
- Tendrá participaciones vía teléfono, e-mail, carta y telegrama.

3.3.5. Secciones

 **Pensemos en voz alta**

En cada uno de los programas se desarrollará un tema. Los conductores invitarán a una persona conocedora de la temática del día. Se desarrollará de una forma peculiar para que los jóvenes asimilen con mayor claridad y así puedan opinar.

Opiniones y más

El invitado hará preguntas sobre una situación, noticia o problema e invitará a los oyentes a participar por medio de llamadas telefónica; lo oyentes podrán responder preguntas y podrá hacer denuncias o hablar sobre otro tema o problema de la comunidad o barrio.

Diccionario al Día

Espacio en el que se darán a conocer palabras o expresiones de uso común, científico o técnico y que muchas veces desconocemos su significado y, por consiguiente su uso.

Tomemos la Pluma

Esta sección será sin duda, el lugar privilegiado para los amantes de la poesía. Se leerán poemas de personas que quieran compartir sus escritos con la audiencia y se darán a conocer también, poemas de escritores nacionales e internacionales, con el fin de motivar la lectura.

3.3.6 Segmentación del programa

- Viñeta de entrada
- Saludo de conductores
- Separador
- Promocional de SITIO JOVEN
- Saludo y presentación del invitado – si lo hay- y la temática a desarrollar.
- Identificador del programa
- Promocional de microprograma

PENSEMOS EN VOZ ALTA

- Viñeta de entrada
- Desarrollo del tema
- Preguntas y participación de los jóvenes

- Respuestas
- Identificador
- Resumen
- Desenlace
- Viñeta de salida

OPINIONES Y MÁS

- Viñeta de entrada
- Saludo/introducción
- Presentas sobre situaciones o problemas que le aquejan a la comunidad
- Partición e interacción con el conductor
- Resumen u desenlace
- Viñeta de salida
- Promocional de la radio Izcanal
- Música
- Identificador de SITIO JOVEN

DICCIONARIO AL DIA

- Viñeta de entrada
- Saludo/introducción
- Desarrollo
- Desenlace/despedita
- Viñeta de salida
- Identificador de radio Izcanal
- Música

TOMEMOS LA PLUMA

- Viñeta de entrada
- Saludo / introducción
- Desarrollo

- Desenlace
- Viñeta de salida
- Identificación
- Resumen del programa
- Música
- Despedida conductores e invitado
- Viñeta de salida

RECUADRO DE PROGRAMACIÓN DE “SITIO JOVEN”

HORA	DETALLE	TIEMPO
00	Viñeta de entrada de SITIO JOVEN	30 segundos
0:30	Promocional de la radio	45 segundos
1:15	Locución	2 minutos
3:15	Canción	3:20 minutos
6:35	Promocional de SITIO JOVEN	27: segundos
7:02	Locución	2 minutos
9:02	Promocional	25 segundos
9:27	Pensemos en Voz Alta	10 minutos
19:27	Promocional de la radio	30 segundos
19:57	Locución	2 minutos
21:57	Canción	3 minutos
24:57	Promocional de la asociación	35 segundos
25:32	Cuñas de no a las drogas	35 segundos
26:02	Opiniones y Más	10 minutos
36:02	Música	3 minutos
39:02	Cuñas educativas (contra las drogas)	35 segundos
39:37	Promocional de la radio	30 segundos
40:07	Diccionario al Día	10 minutos
40:07	Identificación	30 segundos
40:37	Cuña (contra las drogas)	35 segundos
41:12	Tomemos la pluma	5 minutos

46:12	Promocional de la radio	30 segundos
47: 42	Cuñas (contra las drogas)	35 segundos
48:17	Canción	3 minutos
51:17	Resumen/despedita	4 minuto
55:17	Promocional de la radio	35 segundos
55:55	Identificador de SITIO JOVEN y promocional de la radio	65 segundos
56:25	Viñeta de salida	35 segundos

Hecho por la investigadora

RESUMEN

Esta propuesta de programa “**SITIO JOVEN**”, se hace sobre la base de petición que formularon las personas en el sondeo. Sin embargo, queda a criterio del medio, implementar otro formato que pueda responder a la necesidad –planteada por los oyentes- de contar con un programa de corte juvenil que además de entretener, informe y eduque, funciones que, por ahora, no constituyen un porcentaje importante en la programación de la emisora.

En cuanto a los cambios que se sugieren en el programa **AKA-MUSICAL**, se quiere dejar claro que este fue seleccionado por:

- ✓ Ser uno de los que cuenta con mayor audiencia
- ✓ Ser uno de los que tienen más de 10 años de estar al aire
- ✓ Ser de los programas en los que los oyentes identifican mayores dificultades, algunas de las cuales pudieron verificarse a través de un proceso de observación (ver anexo 11)

Sin embargo, hemos dejado planteado que debe hacerse una revisión total de la programación y, por supuesto, tomar en cuenta la opinión de las personas que participaron en el sondeo.

Con la presente propuesta, se ha intentado responder al problema identificado en el diagnóstico: La participación de la audiencia de Radio Izcanal, no se considera de “calidad”, es decir, a pesar de que la emisora cuenta con registros de alta cantidad en llamadas telefónicas, cartas, telegramas y correos electrónicos, la calidad de esta participación sigue siendo muy baja.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPITULO 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

Al finalizar este trabajo de grado, se ha obtenido información importante que permite hacer una propuesta para mejorar la programación de Radio Izcanal, con el objetivo de que ésta pueda ir generando una participación “de calidad”, de su audiencia, que es una de las razones de ser, de los medios participativos de comunicación.

Además, a lo largo de la investigación se constató que, aunque muchas veces se piensa que la audiencia está satisfecha con la programación que se le brinda y que sumar llamadas telefónicas a la bitácora que se mantiene en cabina es suficiente para decir que se está logrando la participación de los radio oyentes, siempre es necesario hacer evaluaciones tanto a los programas que se lanzan al aire como al trabajo que realizan los miembros de un proyecto radiofónico. Todo esto, con el fin de tener información válida y cierta que nos permita hacer valoraciones –apegadas o cercanas a la realidad- en torno al trabajo que realiza la radioemisora y poder así, analizar su impacto en el público objetivo.

Obviamente no resulta fácil lograr que la audiencia participe de manera activa y que al mismo tiempo esta participación sea de calidad, sin embargo, se presenta una propuesta básica de cómo se puede lograr este objetivo.

Entre los resultados de la investigación podríamos mencionar entre otros, la urgente necesidad que existe, de crear instrumentos que permitan conocer el perfil de los programas y de sus conductores, así como la claridad que debe haber en cuanto a objetivos y público a quién se dirige cada una de las producciones. Además, quedó evidenciado que cantidad en participación en una radioemisora, no será nunca sinónimo de “calidad”.

El contar con un documento que sintetice qué es lo que quiero hacer como medio alternativo o participativo; cómo debo hacerlo; con quiénes debo contar para lograrlo y, qué instrumentos debo utilizar para medir resultados, sin duda alguna permitirá o facilitará el trabajo y el cumplimiento de los objetivos que se haya trazado un medio de comunicación, independientemente de cuál sea su naturaleza.

Además, se debe tener muy presente que para que una programación logre los resultados esperados en su audiencia, se necesita no sólo de buenos contenidos, sino también de la intención y profesionalismo con que se realice cada programa.

Se concluye, por lo tanto, que a pesar de las dificultades que pueda tener Radio Izcanal y que debe resolver en el corto o mediano plazo, el fenómeno de las radios comunitarias ha cobrado importancia e incidencia en el desarrollo de las comunidades, específicamente en aquellas que estuvieron relegadas por los medios tradicionales del país.

Ahora las comunidades cuentan con éstos medios que cada vez ofrecen nuevos espacios, el reto es por lo tanto, evaluar de manera periódico lo que se hace, mantener un control de calidad de todo producto que es lanzado al aire y, por supuesto, tener claridad en el perfil del profesional con el que se debe contar en la radio emisora.

4.2. RECOMENDACIONES

- Partiendo de que la radioemisora no cuenta con recursos económicos en abundancia, se sugiere que para la implementación de un manual operativo, se solicite ayuda técnica a instancias con las cuales trabaja y se identifica el medio. Entre éstas pudieran considerarse: la Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador, Arpas, la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC.
- Establecer relaciones con institutos, colegios y universidades, a fin de que puede contarse con la participación de estudiantes –horas sociales y/o práctica profesional- en la elaboración de programas que demanden investigación o que éstos puedan formarse para luego poder participar en otras áreas como la de producción técnica o literaria.
- La radioemisora debe mantener un monitoreo constante en cuanto a las nuevas tecnologías, a fin de que pueda capacitar a su personal y así, lograr competir con otras emisoras, incluso con las de corte comercial.
- Involucrar a todo el personal de la radio en la evaluación de la programación, esto enriquece las discusiones y, al mismo tiempo, genera participación interna.
- Hacer un listado de necesidades –en cuanto a capacitaciones- a fin de poder identificar quiénes son las personas idóneas para X o Y curso al que puedan optar los miembros de la radio en un determinado momento.

Bibliografía

- Como Conocer La Audiencia de una Emisora. LOS DEBATES DE AUDIENCIA. 1ª Edición. Quito Ecuador 1996.
- Comunicación Radiofónica a Distancia LATACUNGA-ECUADOR 2002. Pág.13
- Guía para la elaboración de trabajos de investigación monográficos o tesis.
- Hausman Carl, Benoit Philip y O Donmell Leswis B. Producción En la Radio Moderna.
- Herrero, Sabrían. (2001) INFORMACIÓN RADIFÓNICA. Editorial Síntesis España.
- Nederland.
- Documento de Asociación de Radios Y programas Participativos de El Salvador. (Consultado noviembre 2006)
- Documento informativo de radio Izcanal. 2002. Colectivo de Radio Izcanal. (Consultado en Noviembre 2006)
- Empresa INNOVE. Rediseño Organizacional en Asociación Izcanal. Usulután 2004.
- Estudio de audiencia de radio Izcanal. Usulután 2004. Pág. 3
- Enciclopedia de autoformación radiofónica. La Radio>Revista, Radio
- <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc88/radio.html> (consultada en Diciembre de 2006)
- <http://www.arpas.org.sv> (Consultada en noviembre de 2006)
- López, José Ignacio. (1997) "Manual Urgente para Radialistas Apasionados". Quito. Pág. 257
- Estudios de Recepción www.pcultures.com/theorist.htm (Consultada 04-04-06)
- López, José Ignacio. (1997) Manual Urgente de Radialistas Apasionados.
- Págs. 530 Comunicación Radiofónica a Distancia. (2002) Fundación Tierra Nueva Quito-Ecuador. pág. 28.

- Ortiz, Miguel Ángel y Volpini Federico. (1995) "Diseño de Programas de Radio", Edición Paidós 1era. Edición, Barcelona Buenos Aires, México, Pág. 21.
- Rivas, D. Revista Portada. (02-07-06)
- Saravia, Delfina. Líder de la comunidad Nuevo Gualcho. Entrevista. 25-04-06.
- Rivas, Pablo Fundador de radio Impacto. Entrevista. 27-07-06.
- Villamayor Claudia y Lamas Ernesto. (1998) AMARC y Friedrich Ebert Stiftung. "Gestión de la radio comunitaria y ciudadana".
- What is Community Radio". AMARC África y Países África Austral. 1998.
- Villalobos, Mario. Proyecto Comunicativo Radio Izcanal y Políticas de Producción e Informativas. 08-2006. Pág. 5

Anexos

Anexo 1: Departamento de Usulután donde transmite Radio Izcanal.

Anexo 2: Zona de cobertura de Radio Izcanal.

Anexo 3: Sinopsis de programas de Radio Izcanal.

Anexo 4: Programación actual de Radio Izcanal.

Anexo 5: Datos generales de estudio de audiencia de Radio Izcanal.

Anexo 6: Datos importantes de estudio de Audiencia de Radio Izcanal.

Anexo7: Instrumento de sondeo.

Anexo 8: Instrumento de entrevista para el Director de Radio Izcanal.

Anexo 8 (a) Entrevista de Jose Luis Gavira, Director de Radio Izcanal.

Anexo 9: Instrumento de entrevista para empleados de Radio Izcanal.

Anexo 9 (a) entrevista de Ever Cruz productor de Radio Izcanal.

Anexo 10: Instrumento de entrevista para líderes de la Comunidad Nuevo Gualcho.

Anexo 10 (a) Entrevista con Roselia Herrera, líder de la comunidad Nuevo Gualcho.

Anexo 11 instrumento de evaluación.

ANEXO 1

DEPARTAMENTO DE USULUTÁN. COBERTURA TOTAL DE RADIO IZCANAL



ZONA DE COBERTURA

ANEXO 2



TODOS LOS PROGRAMAS DE IZCANAL

ANEXO 3

Radio Izcanal cuenta con una programación variada. Desde el surgimiento ha intentado responder a los lineamientos generales de una radio comunitaria y participativa. Tal propósito se intenta lograr a través de una gama de programas, educativos, informativos y de entretenimientos.

La programación de radio Izcanal abarca temas de derechos Humanos, salud, género y desarrollo local; ejes temáticos que marcan la línea editorial en cada uno de las producciones, con los cuales se pretende, educar, informar, orientar y despertar la opinión pública.

EL TEMPRANERO

Es una radio-revista con varios elementos, música, micro-programas para los agricultores, saludos, micro-entrevistas, noticias y participación de los oyentes a través de llamadas telefónicas, saludos por medios de cartas.

Con este programa se abre la transmisión matutina de Radio Izcanal. Es conducido por una persona, pero la participación de productores y productoras es significativa, mayor calidad y contenido.

El objetivo de la radio-revista es acompañar en las primeras horas de la mañana con música ranchera, microprogramas educativos, llevar a la población información de interés para que tengan opinión y puedan participar.

Público meta: hombres y mujeres de áreas rurales, semi-rurales, urbano marginales.

Las características principales de esta producción son: es un programa de entretenimiento, educativo, informativo y generador de opinión.

Entre las secciones del Tempranero están: EL Campanazo, Guanaquiando, curiosidades, resumen informativo, nuestra campiña, micro entrevistas, cuñas y microprogramas orientación, saludos, mensajes, sección de cumpleaños y la música.

Se transmite en vivo de 5:00- 7:00 a.m. Esta es una forma de acompañar a los agricultores que desde temprano de la mañana despiertan para arar la tierra.

Con claridad se sabe quien es el público meta de este programa, sin embargo se puede decir hipotéticamente que hay personas que no pertenecen a este público pero que se detienen en el dial y escuchan el programa. Además la información que obtuvimos en el sondeo, al referirse al programa fue muy variado, por ejemplo: en la respuesta de la pregunta # 6 un 14% de los encuestados dicen no gustar del programa el tempranero, sin embargo en la repuesta de la pregunta cuatro arroja que la población conoce el programa en un porcentaje del 19% y en la respuesta de la interrogante #5 ¿Cuan es el programa que más le gusta?, el tempranero lo ubican entre los de mayor aceptación con un 27%.

Los resultados expuestos anteriormente no refleja una necesidad de hacer un cambio en la programación, pero a modo de recordatorio éste y otros programas deben ser evaluados y estar sujetos a cambios con el objetivo de mantener el perfil original y responder a la opinión del público meta.

RITMO Y PAN CALIENTE

Este es un espacio musical (Salsa, merengue, ballenato y cumbia), Frecuencia: lunes a viernes 8:30 a 10:00AM

Es conducido por un hombre quien se encarga de animar e informar de lo que pasa en el mundo en forma de comentario o platica.

Esta producción sirve como puente entre dos Radio revista, estructuradas, El Tempranero y La Tiendita.

Ritmo y pan caliente fue uno de los programa con menor reconocimiento y que al final fue insignificante y no aparece en los resultados finales.

El objetivo es entretener e informar de lo último que acontece a nivel local, nacional e internacional.

Una de las característica es el tener locución rápida e integradora, musical, informativo

El público meta de éste son amas de casa, oficinistas, trabajadores de comercios de la ciudad y del campo.

La poca información sobre esta producción es un buen indicador para hacer un estudio exclusivamente de este programa, con el objeto de enrumbar, modificar o cambiar partes del mismo, que se responda a los interese y gusto de la población, lo que implica tener presente los objetivos de la programación de la radio y del medio, conocer el público que escucha la radio a esa hora.

LA TIENDITA

Frecuencia: lunes a viernes de 10:00 a 12:30M

Objetivo: acompañar, orientar y motivar a la participación a través en algunos segmentos de contenidos. Tiene dos año de estar al aire con este nombre.

Público meta: amas de casa.

Perfil musical: balada internacional en español con incorporaciones de Tex Mex del recuerdo, Pop, solistas (especialmente éxitos)

Características: dialogado

Formato: radio revista

Conducción: diálogo, alegre, integrado, genera complicidad (crear mas empatía)

Estructura: espacios por cuartos de hora, titulares nacionales de los principales periódicos, variados recursos de nombres (origen de nombres, recetas de casina, curiosidades, consejos útiles, remedios caseros, entrevista).

De este programa también éste es una de la producción de radio Izcanal poco reconocido por los oyente, puede ser el formato que está fallando o la hora, a modo de sugerencia se proponer revisar y conocer mejor la audiencia.

Este espacio no se menciona en los resultados de la investigación, hipotéticamente podemos afirmar que quizá por el horario de transmisión, los cambios de presentadores, el perfil quizá no esta muy definido, o amerita una investigación única y exclusivamente una investigación a profundidad para este espacio.

PRODUCCIÓN INFORMATIVA (NOTICIARIO, AVANCES INFORMATIVOS Y RESUMES)

Uno de los programas con mayor reconocimiento es el noticiario, los avances informativos y los resumes de fin de semana y de fin de año. El trabajo de prensa implica estar conectado con tema de la actualidad, regionalizarlos, estar a tiempo con la información local, regional e internacional.

En las respuestas de las investigaciones que se han realizado de la radio, el noticiario es uno de los programas más escuchador o una de las razones el por qué la población escucha radio Izcanal.

NOTICIERO DEL MEDIODIA (a tiempo)

Duración media hora de lunes a viernes 1:00PM

Objetivo: acercar las noticias y los hechos relevantes a la comprensión de la audiencia.

Publico meta: el preferencial de la emisora

Características: lectura a dos voces, utilizando la variedad de formatos informativos, incorpora una entrevista de fondo.

RESUMEN MATINAL

Duración: 30 minutos

Frecuencia: lunes a viernes a las 6 de la mañana

Características: resumen en vivo con entrevista en vivo

AVANCES EN VIVO

Horarios: lunes a viernes 9:00, 10:00 y 11:00 de la mañana

Duración de 3 minutos

Objetivo: presentar los acontecimientos relevantes de manera sencilla

Publico meta: el preferencial de la emisora

Características: informativo en notas breves

Locución: rápida y clara

NOTICIERO DE LA NOCHE (A Tiempo)

Duración: media hora de lunes a viernes a las 8:30PM

Objetivo: acercar las noticias y los hechos relevantes a la comprensión de la audiencia.

Características: resumen informativa.

Los resultados de la investigación dejan claro que radio Izcanal es reconocida por los espacios informativos, datos que coinciden con la investigación realizada por la empresa IMNOVE EN 1997. En la respuesta de la pregunta #5 de la investigación el noticiero es una de los programas más gustados por la población con un 27%; se ubica en uno de los más reconocidos y en la investigación de la Empresa INNOVE, en el gráfico cinco se muestra que los oyentes de radio Izcanal prefiere a la radio por la música, en un segundo lugar por las noticias y en tercer lugar por los programas.

Como se puede representar hay coincidencia en los resultados de ambas investigaciones, la audiencia refleja que una de las razones de gustar de la programación de Radio Izcanal es por los noticiarios.

IZCANAL RANCHERO

Frecuencia: lunes a viernes de 3:00 a 5:00PM

Objetivo: entretener y acompañar a través de la música

Público meta: hombres y mujeres adultos de zonas rurales y semi-rurales

Perfil musical: ranchera con ritmo alegre de la más actualizada

Características: locución ágil e integradora y musical

En la investigación los resultado del programa IZCANAL RANCHERO, son poco alentadores aparece con un pequeño porcentaje que no es del gusto de los oyentes, por lo tanto estos datos no son suficientes para proponer un cambio en dicho programa.

TRANSBORDADOR MUSICAL

Frecuencia: lunes a viernes de 6:00 a 8:30PM

Objetivo: entretener y acompañar a los y las jóvenes.

Público meta: adolescentes, joven, joven adulto de zonas rurales y semi urbanas.

Características: lenguaje juvenil, dinámico, entretenido.

Estructura: es un programa dividido en tres bloques o segmentos: estación juvenil, rincón del amor, notas de artistas sobre el mundo del espectáculo, dos bloques de cumpleaños, curiosidades y avance en la tecnología.

Por la ausencia de sondeos, desarrollo de temas y por la negligencia en la participación de los jóvenes se propone un programa juvenil educativo y participativo.

PROGRAMAS DE FIN DE SEMANA

EL MADRUGÓN

Frecuencia: sábados de 5:00 a 8:00AM

Objetivo: acompañar las primeras horas de la mañana

Público meta: hombres y mujeres de 25 años en adelante, de zonas rurales, semi rurales, urbano marginal

Perfil musical: español rítmico incluyendo género tropical, ranchero, y balada rítmica.

Características: es un programa de entretenimiento

Conducción: alegre y dinámico

Estructura: musical con incorporaciones de microprogramas y recursos radiofónicos.

EL MUNDO DE LOS NIÑOS Y NIÑAS

Frecuencia: sábados de 8:30 a 10:00AM

Objetivo: entretener y divertirlos, motivarlos a la participación dentro del programa, despertar en ellos y ellas la curiosidad por el mundo que los rodea y explicárselos de una forma sencilla.

Público meta: niños y niñas de 5 a 12 años.

Perfil musical: música infantil.

Características: los presentadores son niños y niñas acompañados por un adulto, alegre, educativo, divertido y musical.

Estructura: presentación de los niños y niñas conductores, panorama en salud, medio ambiente, derechos de los niños. Cuentos, audios de niños pregrabados, participación de niños y niñas invitados, canciones infantiles, adivinanzas.

NO TE CLAVÉS

Frecuencia: sábados de 10:00AM a 2:00PM

Objetivo: acompañar, y entretener a través de la música grupera

Publico meta: mujeres y hombres de 13 a 40 años de la zona rural, semi-rural, semi-urbana.

Perfil musical: romántico grupero

Características: locución dinámica, motivadora, musical

Formato: musical con complacencias

MISTER MIUSIC

Frecuencia: sábados de 3:00 a 6:00PM

Objetivo: entretener, con música en inglés

Publico meta: hombres y mujeres de 25 en adelante.

Perfil musical: inglés romántico, pop, y rock de las décadas de los 60, 70 y 80s

Características: musical, anclado del recuerdo

Formato: musical

Estructura: música e información de artistas de las épocas

AKA MUSICAL

Frecuencia: sábados de 6 a 9 de la noche

Objetivo: profundizar en temas de la realidad nacional, con participación de la audiencia.

Publico meta: estudiantes, profesionales y trabajadores de la ciudad y del campo con edades entre los 18 y 60 años

Características: es una radio revista con participación telefónica

Perfil musical: canto social latinoamericano

Formato: radio revista

Estructura: entrevista, lectura de información de la semana, comentarios, música

DIOS Y EL PUEBLO

Duración: 5 minutos

Frecuencia. De lunes a viernes a las 5:00 AM –8:00 AM- 12:00 MED

Objetivo: orientar a la población a través de la palabra de Dios sobre la situación que se vive en la región, a nivel nacional e internacional.

Formato: lectura diaria del calendario litúrgico, con comentario

NUESTRA CAMPIÑA

Duración: 10 minutos

Frecuencia: lunes a viernes 6:30AM y 5:00 PM

Objetivo: orientar sobre técnicas agrícolas de cultivos y cosechas

Publico meta: productores y productoras del campo

Características: diálogo entre un técnico y un facilitador

Formato: entrevista

GUANAQUEANDO

Frecuencia: lunes a viernes 5:30AM y 9:00PM

Objetivo: rescatar tradiciones culturales de nuestros pueblos

Características: lo hace la gente de las comunidades, lleva efectos de terror

Formato: charla narrativa

AQUELLOS MARAVILLOSOS AÑOS

Frecuencia: lunes 5:00PM y domingos 12:00M

Objetivo: rescatar valores, costumbres, y cultura de nuestros pueblos a través de la palabra de los ancianos y ancianas

Características: dialogo coloquial

Formato: entrevista

LA TOMITA

Frecuencia: lunes a viernes en la tiendita

Objetivo: orientar sobre el uso de las plantas medicinales

Formato: entrevista

Características: coloquial

TELEGRAMA DEPORTIVO

Objetivo: relacionar a los clubes deportivos de la zona de cobertura para facilitarles la concertación de encuentros deportivos.

Publico meta: deportistas hombres y mujeres

Características: rápido y dinámico.

EL GUIO

Duración: 10 minutos

Frecuencia: lunes a viernes en la tiendita

Objetivo: abordar distintos temas sobre salud para orientar en la prevención de las enfermedades.

Formato: entrevista

Característica: amigable, dinámico

EL TELEGRAMA

Frecuencia: lunes a viernes 8:00AM 12:45 y 7:00PM

Duración: 15 minutos

Objetivo: dar a conocer, avisos que envían nuestros oyentes

Público meta: población de zona de cobertura

Características: informativo

OTROS PROGRAMAS

VOCES DEL RIO GRANDE

Es programa producido por OIKOS Solidaridad una organización no gubernamental que trabaja en pro-del desarrollo de las comunidades.

El objetivo brindar información sobre diferentes temas de la realidad nacional para que los oyentes puedan participar y opinar.

DIA A DIA SIN BARRERA

Esta es una producción de CEICOM, una entidad que se dedica a realizar diversas investigaciones.

El objetivo es brindar información sobre los diferentes problemas que existen en El Salvador.

DIOS Y EL PUEBLO

Un espacio de lectura y reflexión sobre la realidad nacional. Este espacio lo realiza la Parroquia de Nueva Granda en coordinación con Radio izcanal.

ACONTECER MUNICIPAL

Un programa para dar a conocer los trabajos que realizan los alcaldes de la zona de cobertura de la emisora. En este espacio los oyentes preguntan, cuestionan y critican los trabajos de los diferentes funcionarios. Se realiza todos los domingos de 8:00 – 9:00 am.

Para cada programa el presentador o conductor invita a un alcalde quien se expone a preguntas por parte de los oyentes.

COMO VA LA COSA

Es un espacio para abordar diferentes temas de la realidad nacional y se hace con un invitado, los oyentes también pueden participar a través de las llamadas telefónicas.

Esta producción se transmite de lunes a viernes de 7:00 . 8:00 am.

ANEXO 4

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
05:00 AM	El tempranero – 180”					El madrugón del fin de semana	<i>El chon</i>
05:30 AM	GUANAQUEANDO – 5”						El madrugón
06:00 AM	<i>Contacto sur (en proyecto)</i>					Ronda informativa	Ronda informativa
06:30 AM	Nuestra Campiña – 10”					El madrugón del fin de semana	El madrugón
07:00 AM	Con el dedo en la llaga						El semanal
07:30 AM	Cómo va la cosa						
08:00 AM	El Telegrama – 10”					La misión del laico	Acontecer municipal
08:15 AM	<i>RITMO CALIENTE</i>						
08:30 AM							
09:00 AM	Boletín informativo ARPAS					<i>EL Mundo de los niños</i> 90”	Música de mensaje
09:05 AM	<i>RITMO CALIENTE</i>						
10:00 AM	Boletín informativo ARPAS					No te Clavés	Misa dominical
10:15 AM	La cita						
11:00 AM	Boletín informativo ARPAS						
11:05 AM	El cafezazo(entrevista)						Cipoteando en la Bendición

22:05 PM	Música trova						El chon
22:30 PM 12:00 MD	Cómo va la cosa (Repetición)						
23:00 PM	Románticas inglés						
12:30 MD							
24:00 AM	Guaqueando						Boleros
12:45 MD	Boleros	Boleros					
24:05 AM							
13:00 PM	Misión laico	Hablando entre muj	Aquellos M años	Destrabate	Sembrando Esperanz	Camino Chaparrastique	
1:00 AM	Ritmo caliente						
13:30 PM	Ritmo caliente						
1:30 AM	Ritmo caliente						
14:00 PM	Ritmo caliente						
3:00 AM	Entrevista Guis (Repetición)						Cumbias
14:30 PM	Entrevista Guis (Repetición)						
3:30 AM	Cumbias / Música de mensajes						
15:00 PM	Cumbias / Música de mensajes						
4:00 AM	Cumbias / Música de mensajes						
15:05 PM	Sin tapujos (Repetición)						
5:00 AM	Sin tapujos (Repetición)						
15:30 PM	Sin tapujos (Repetición)						
22:05 PM	Música trova						El chon
16:00 PM	Música trova						
22:30 PM	Cómo va la cosa (Repetición)						
16:45 PM	Cómo va la cosa (Repetición)						
23:00 PM	Románticas inglés						
17:00 PM	Románticas inglés						
24:00 AM	Guaqueando						Boleros
17:30 PM	Boleros	Boleros					
24:05 AM		Boleros					
18:00 PM	Misión laico	Hablando entre muj	Aquellos M años	Destrabate	Sembrando Esperanz	Camino Chaparrastique	
1:00 AM	Ritmo caliente						
18:30 PM	Ritmo caliente						
1:30 AM	Ritmo caliente						
19:00 PM	Ritmo caliente						
3:00 AM	Entrevista Guis (Repetición)						Cumbias
19:15 PM	Entrevista Guis (Repetición)						
3:30 AM	Cumbias / Música de mensajes						
20:00 PM	Cumbias / Música de mensajes						
4:00 AM	Cumbias / Música de mensajes						
20:30 PM	Sin tapujos (Repetición)						
5:00 AM	Sin tapujos (Repetición)						
21:00 PM	Sin tapujos (Repetición)						
22:00 PM	Guaqueando					El Semanal	El Semanal

I. INTRODUCCIÓN

ANEXO 5

a. OBJETIVO

Conocer el nivel de posicionamiento de Radio Izcanal en el Departamento de Usulután, la incidencia que tiene como Radio Comunitaria y percepción de calidad de señal.

b. MUESTRA. SEXO Y EDAD

Se realizó una muestra de 400 encuestas con un margen de error del 5%. La muestra se definió según sexo: femenino 184 y para el masculino 216. Tener en cuenta que se encuestaron más hombres que mujeres.

La distribución de edades se presenta según cuadro siguiente.

DISTRIBUCION DE SEXO - EDAD			
EDAD	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL
15 - 19 años	39	50	89
20 - 29 años	57	65	122
30 - 39 años	47	32	79
40 - 49 años	23	35	58
50 - 59 años	7	21	28
Más de 60 años	11	13	24
TOTAL	184	216	400
CUADRO N° 1			

c. LUGARES ENCUESTADOS

Las encuestas se realizaron en 23 municipios, 18 pertenecen al departamento de Usulután y 5 municipios del departamento de San Miguel.

ZONAS DE REALIZACION DE ENCUESTAS			
N°	URBANA	N°	RURAL
1	USULUTAN	1	OJO DE AGUA
2	ALEGRIA	2	YOMO
3	BERLIN	3	SAN JUAN LOMA ALTA
4	CALIFORNIA	4	SAN ANTONIO
5	CONCEPCION BATRES	5	EL TECOMATAL
6	EL TRIUNFO	6	TEPESQUILLO ALTO
7	EREGUAYQUIN	7	SANTA ANTITA
8	ESTANZUELAS	8	AZACUALPIA DE GUALCHO
9	JIQUILISCO	9	CORRAL DE MULAS
10	JUCUAPA	10	EL SEMILLERO
11	MERCEDES UMAÑA	11	EL AMATE
12	NUEVA GRANADA	12	EL MARQUEZADO
13	OZATLAN	13	EL JICARO
14	PUERTO EL TRIUNFO		
15	SAN BUENA VENTURA		
16	SANTA ELENA		
17	SANTA MARIA		
18	SANTIAGO DE MARIA		

19	TECAPAN
20	CHINAMECA
21	EL TRANSITO
22	LOLOTIQUE
23	NUEVA GUADALUPE

CUADRO N° 2

II. CONSUMO DE RADIO Y TELEVISIÓN

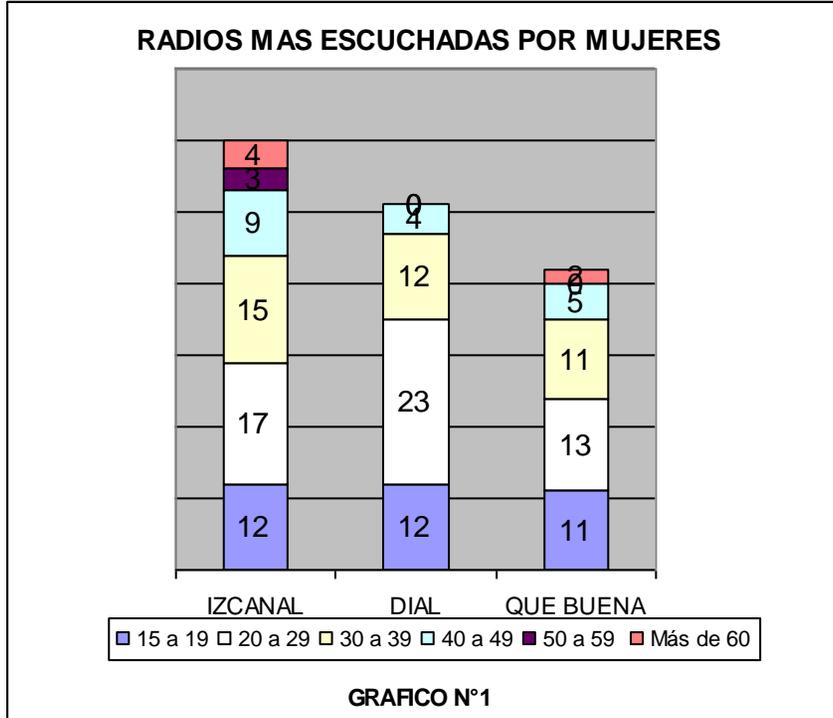
2.1 RADIO MAS ESCUCHADA

En el siguiente cuadro N° 5, se presentan las primeras 10 radios más escucha en el departamento de Usulután.

N°	RADIOS MAS ESCUCHADAS	FRECUEN.	%
1	IZCANAL	124	18.1%
2	DIAL	100	14.6%
3	QUE BUENA	86	12.6%
4	RANCHERA	69	10.1%
5	KL	57	8.3%
6	ABC	55	8.0%
7	DIGITAL	53	7.7%
8	CARIÑOSA	52	7.6%
9	FIESTA	46	6.7%
10	JOTA I	43	6.3%
TOTAL		685	100.0%
CUADRO N° 5			

En el cuadro N° 5 se observa que Radio Izcanal es la más escuchada en el departamento de Usulután.

2.1.1 RADIOS MAS ESCUCHADAS POR MUJERES



En el GRAFICO N° 1 se observan las diferentes edades de las mujeres que escuchan las primeras tres radios en el departamento de Usulután. Este muestra que en general que las jóvenes de 20 a 29 años escuchan más radio, y se observa que es bastante equitativo entre las edades de 15 a 19 años y de 30 a 39

años. Aunque es la radio Izcanal la que las mujeres escuchan más, la radio DIAL es la preferida para las mujeres de 20 a 29 años. Se observa que las mujeres adultas de 50 a 60 años se identifican con algún programa de Radio Izcanal. También se observa que la Radio Izcanal es escuchada por todas las edades, es decir en su programación hay algo para el gusto de todas ellas.

UNIVERSIDAD DON BOSCO
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
LICENCIATURA EN COMUNICACIONES



Septiembre de 2006

Estimado sr./sra.

Soy Rosa Hilda Rivas, estudiante en proceso de elaboración de tesis en la Universidad Don Bosco en la carrera Licenciatura en Comunicaciones, le agradeceré mucho, su valiosa colaboración proporcionándome la información que le solicito a través de este cuestionario de entrevista, para efectos de un trabajo de tesis de investigación, acerca de la programación de radio Izcanal, Nueva Granada departamento de Usulután.

Le agradezco mucho su atención y la colaboración prestada.

Edad -----

Sexo-----

Lugar-----

1-Alguna vez ¿Ha escuchado Radio izcanal?

2-¿Conoce la programación de Radio Izcanal?

3-¿Qué programas ha escuchado?

4- ¿Le gusta la programación de Radio Izcanal?

Si----- NO----- por qué.-----

5- De estos programas ¿Cuál es el que más le gusta?

¿Por qué le gusta?

6-¿Cuáles son los programas que no le gustan o no se identifica?

7- ¿Qué otros programas le gustaría que se incorporan?

8-¿Qué lo motivaría a participar de la programación de Radio Izcanal?

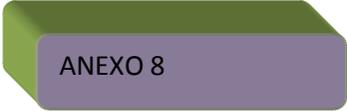
9- ¿cree usted que los horarios de transmisión son los más adecuados?

10 ¿Qué le cambiaría a la programación de radio Izcanal? ¿Por qué?

UNIVERSIDAD DON BOSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA DE COMUNICACIONES



ANEXO 8

Febrero 14 de 2006

Cuestionario de **entrevista**

Señor Director.

Radio Izcanal:

Soy estudiante en proceso de elaboración de tesis en la Universidad Don Bosco, de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Mucho agradeceré su valiosa colaboración proporcionándome la información que solicito, para efectos de un trabajo de tesis acerca de Radio Izcanal.

-
- 1- **¿Cómo y con qué propósito nace Radio Izcanal?**
 - 2- **¿Cómo define a Radio Izcanal?**
 - 3- **¿Cuáles son los objetivos de la emisora?**
 - 4- **¿Existe alguna diferencia entre Radio Izcanal y el resto de emisoras de la zona?**
 - 5- **¿Bajo que contexto social y económico nace Radio Izcanal?**
 - 6- **¿Cuál fue el proceso de legalización?**

- 7- **¿De qué manera cree usted que puede tener incidencia la radio en el desarrollo local de una comunidad?**

- 8- **¿Cuáles son los ejes temáticos que rigen la programación de Radio Izcanal?**

- 9- **¿Han habido cambios o mejoras en la programación de Radio Izcanal en los últimos años?**

- 10- **¿Cómo evalúa usted la participación de la gente en los diferentes programas que ofrece esta radio emisora?**

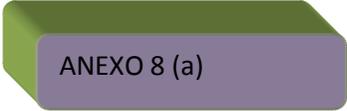
- 11- **¿La Radio es auto sostenible?**

Gracias por sus respuestas.

UNIVERSIDAD DON BOSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA DE COMUNICACIONES



ANEXO 8 (a)

Febrero 14 de 2006

Cuestionario de **entrevista**

Señor Director.

Radio Izcanal:

Soy estudiante en proceso de elaboración de tesis en la Universidad Don Bosco, de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Mucho agradeceré su valiosa colaboración proporcionándome la información que solicito, para efectos de un trabajo de tesis acerca de Radio Izcanal.

12- ¿Cómo y con qué propósito nace Radio Izcanal?

La primera transmisión de la radio se hace el 14 de febrero de 1993 y en un periodo de dos a tres meses se hacen transmisiones de pruebas, de ajustes y estar también experimentando con la programación motivando a los jóvenes que en aquel momento eran ellos los que estaban sacando el proyecto adelante, pero la primera transmisión fue el 14 de febrero del 93.

La radio desde unos años antes era una idea, un sueño. Era un proyecto que no se había podido ejecutar. Un sueño de un grupo de personas de la comunidad desde que estaban concentrados en el refugio en Honduras. Cuando llegaron a El Salvador por una serie de condiciones circunstancias se

vieron posibilidades de tener ese pequeño medio de comunicación, era algo sumamente rustico, rudimentario, no teníamos ni micrófono desde la propia grabadorcita se hablaba, la antena era un pedazo de alambre que se colgaba en un árbol. La comunidad en aquel momento lo que pretendía era tener su propio medio de comunicación por el cual poder difundir interpretar la realidad de otra manera y hacerla llegar a las demás personas de su comunidad y además que sirviera como una herramienta por medio de la cual se pudieran canalizar soluciones para determinados problemas de tipo social que se viven en las comunidades e informar de los distintos proyectos que se estaban ejecutando. Yo creo que en aquel momento no había mucha proyección hacia donde podría llegar la radio más adelante. Esto fue posterior.

13- ¿Como define a Radio Izcanal?

Como un proyecto alternativo que nace en el seno de una comunidad de repatriados.

14- ¿Cuáles son los objetivos de la emisora?

Con objetivo muy claro de ser un medio de comunicación alternativo y promover el desarrollo en una primera instancia el desarrollo de la comunidad y luego el desarrollo de las comunidades del área de cobertura a través de una programación que tiene ejes temáticos, ejes estratégicos que contribuyen a generar desarrollo.

15- ¿Existe alguna diferencia entre Radio Izcanal y el resto de emisoras de la zona?

Yo entiendo que lo comunitario no lo define si tiene o no tiene publicidad, lo comunitario lo define, los contenidos, el espíritu, el compromiso que tiene la radio con un determinado grupo o sector.

Y más en un país en vías de desarrollo como es contar una experiencia distinta de una radio en El Salvador, por ejemplo en Canadá los que trabajan en una radio comunitaria no se pueden permitir el lujo de trabajar voluntariamente, dedicarle dos a tres horas diarias a la actividad de apoyo a la comunidad es en una comunidad, porque durante ocho horas de estar trabajando el salario les garantiza una vida más o menos dignamente y a que si la gente no tiene que comer, evidentemente hay que proporcionarle los recursos mínimos para que puedan subsistir, ¿cómo se van a generar? el estado no nos ayuda no hay ningún tipo de subvención a pesar que es un trabajo de desarrollo, al

contrario hay un casi bloqueo para no tener acceso a la publicidad gubernamental, la única forma es vender publicidad. Vender publicidad que sea coherente con la línea editorial, hay publicidad que nosotros por ejemplo lo tenemos claro que no la vamos a pasar, que no vamos a vender determinados espacios para promover programas y actitudes que van en contra de la radio, eso si está claro, pero promover un agro servicio una comercial o anuncios de una institución de derechos humanos, las alcaldía que quieren difundir sus obras .

16- ¿Bajo que contexto social y económico nace Radio Izcanal?

Bueno la radio surge aproximadamente un año después de los acuerdos de paz, en un contexto marcado por mucha desconfianza acababa de pasar el conflicto armado y en una polarización política muy fuerte donde los distintos partidos políticos mayoritarios desconfiaban sumamente un de otro o mejor dicho las autoridades de gobierno desconfiaban de la población civil organizada, entonces políticamente ese era el entorno y económicamente, la comunidad donde nace, era una situación extrema pobreza no habían las condiciones mínimas de viabilidad, no había energía eléctrica, teléfono, el agua potable era en cántaro se iba a buscar a una fuente, la gente no tenían casas vivían en champas no habían calles adoquinadas, pavimentadas esa era una condición de extrema pobreza y vivir de los cultivos de subsistencia, maíz, maicillos y algunas hortalizas que empezaron a sembrarse.

17- ¿Cuál fue el proceso de legalización?

No se contaba con una frecuencia, sin embargo se hicieron todos los trámites que la ley dispone ante la administración ante la administración competente, en aquel entonces era ANTEL. Lamentablemente nunca hubo una respuesta favorable ni no favorable simplemente fue dilatoria, una forma de dejar que se cansen, que ya no molesten, que no vengan más, sin embargo la comunidad entendió que esta era una forma de ser violentado el derecho a expresarse libremente y por lo tanto tomó la decisión de seguir transmitiendo, no nos querían dar un derecho que la comunidad tenía, bueno entonces lo hicieron valer y fue así como se continuó transmitiendo, por supuesto hubo muchos problemas.

18- ¿De qué manera cree usted que puede tener incidencia la radio en el desarrollo local de una comunidad?

Mire básicamente en el cambio de actitud lo que aportamos por medio de la programación es en el cambio de actitudes todo lo que se hace a través de un medio de comunicación normal, en el caso de Izcanal además de ese trabajo comunicativo promovemos el desarrollo local acompañamos a las comunidades del municipio de Nueva Granada en su desarrollo comunitario, por ejemplo fortalecemos la organización, tenemos promotores que promueven ayudan a que surjan movimientos organizados apoyan la creación de Juntas directivas, ayudan a hacer planificaciones de desarrollo y se les acompaña en todo el proceso de gestión, aparte se gestionan capacitaciones para los miembros directivos, líderes, se trabaja con jóvenes distintos proyectos, proyectos vocacionales, teatro, música y también con el tema de género, se hacen actividades muy concretas con otras instituciones para abordar esta también se promueven talleres y otro tipo de actividades, entonces ahí hay un acompañamiento directo ya no como medio de comunicación, va apoyando un trabajo de promoción y trabajo físico en el municipio de Nueva Granada, claro que fuera de proyecto de Nueva Granada por la cobertura que la radio tiene, claro que son otros cuatro departamentos pues la incidencia es otra ahí es del cambio de actitudes que pueden ocurrir en personas a través de los mensajes que puedan llegar.

19- ¿Cuáles son los ejes temáticos que rigen la programación de Radio Izcanal?

Los ejes estratégicos por ejemplo es medio ambiente derechos humanos, desarrollo local y salud, básicamente esos son los ejes estratégicos ahora hay por ejemplo programas para abordar temas de los niños, de los jóvenes de la tercera edad, esta temática lo que procuramos es ir abordando desde cada uno de estos ejes estratégicos cada temática se pretende ir abordando desde cada uno de estos ejes estratégicos y procurando que el discurso que se da a lo largo de la programación sea coherente con cada uno de estos ejes estratégicos.

20- ¿Ha habido cambios o mejoras en la programación de Radio Izcanal en los últimos años?

Algunos avances hemos tenido, pero nosotros aspiramos a estar al máximo nivel de participación, en el que la gente se involucra pero no solo ha hacer el programa, sino que participe en la toma de decisiones en la radio y que puedan participar en la asamblea, qué les parece, qué no les parece, cómo tenemos que hacer las cosas; porque también son otros dos niveles distintos, participar en la toma de decisiones y en la producción de los distintos programas con opiniones o con voces.

21- ¿Cómo evalúa usted la participación de la gente en los diferentes programas que ofrece esta radio emisora?

En una escala de participación hay distintos niveles, desde el momento que una persona llama, desde el momento en que está sintonizando la radio es una forma de participación, el hecho de sintonizarla, desde el momento en que la señora, el señor, el muchacho, la muchacha toman la decisión de llamar para solicitar una canción es otra forma de participación demasiado primitiva, ahora, hay otro momento en el que la gente llama para denunciar determinada situación que consideran que no son adecuadas, llaman para proponer, para dar soluciones de problemas, para opinar sobre distintas situaciones esta es otra forma de participación; cuando vienen, por ejemplo, se les invita y llegan a los estudios a discutir, a proponer, cuando nos permiten llegar hasta sus casas, a los lugares donde podamos conversar con ellos, también es otro nivel de participación. El último nivel de participación en esa radio es cuando la gente se involucra , ya directamente a formar parte de un equipo de producción radiofónica, esta sería la máxima aspiración, pero también en esto, las condiciones en que viven nuestras comunidades, es bastante más difícil; a veces lo conseguimos, tenemos grupos de productores, de jóvenes, de medio ambientalistas, cada uno se ve su interés estando durante algún tiempo produciendo, formando equipos que participan en la radio pero que por la situación normalmente social y económica que vive el país estos se tienen que ir a buscar trabajo a otro lado o se van para estados unidos.

22- ¿La Radio es auto sostenible?

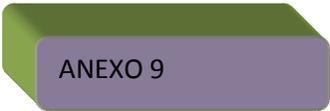
Básicamente se sostiene por la venta de publicidad de espacios radiofónicos y la otra vía de financiamiento es indirecta a través de proyectos de cooperación, por ejemplo la sostenibilidad es a través de la elaboración de proyectos a través de los cuales se hace el trabajo presencial de acompañamiento en las comunidades, esos proyecto llevan rubros de administración, energía, pagos de teléfono, entonces un porcentaje se cubren gracias a estos, pero prácticamente el 70% de la sostenibilidad viene de la venta de publicidad y de espacios radiofónicos y producciones que hacemos a otras instituciones.

Gracias por sus respuestas.

UNIVERSIDAD DON BOSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA DE COMUNICACIONES



ANEXO 9

Febrero 2006

Cuestionario de **entrevista**

Señores.

Productores de Radio Izcanal.

Soy estudiante en proceso de elaboración de tesis en la Universidad Don Bosco, de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Mucho agradeceré su valiosa colaboración proporcionándome la información que solicito, para efectos de un trabajo de tesis acerca de Radio Izcanal.

Datos generales

Nombre:

Edad:

Sexo:

Cargo

1- ¿Cómo define Usted a Radio Izcanal?

.

2- ¿Qué le motivó a usted formar parte del colectivo de la Radio Izcanal?

3- Antes de llegar a esta radio, ¿trabajó en otras emisoras comunitarias?

4- Para usted, ¿existe diferencia entre radio comunitaria y radio comercial?

5-¿Cuál es el papel que juega la radio en el desarrollo local?

6-¿Qué formatos o géneros periodísticos, permiten mayor participación?

7 -¿Cómo evalúa usted la participación de la gente en los diferentes programas que ofrece esta radio emisora?

8- ¿Cuáles son los motivos según su criterio, del por qué la gente no participa de manera más activa?

(Esta pregunta procede sólo si el entrevistado, responde que la participación no es activa).

9- ¿Cómo determina usted el tipo de audiencia de cada programa?

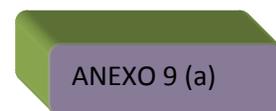
10- ¿Considera necesario hacer cambios o mejorar la programación de la radio-emisora?

Gracias por sus respuestas

UNIVERSIDAD DON BOSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA DE COMUNICACIONES



Febrero 2006

Cuestionario de entrevista

Señores.

Productores de Radio Izcanal.

Soy estudiante en proceso de elaboración de tesis en la Universidad Don Bosco, de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Mucho agradeceré su valiosa colaboración proporcionándome la información que solicito, para efectos de un trabajo de tesis acerca de Radio Izcanal.

Datos generales

Nombre: Ever Cruz

Edad: 29 años

Sexo: masculino

Cargo: Encargado del área de desarrollo local.

1-¿Cómo define Usted a Radio Izcanal?

Una institución a la que le interesa los problemas de la gente, buscarle soluciones como una institución participativa, donde todos y todas caben, donde todos y todas pueden opinar y que no es parcializada en ningún momento.

2- ¿Qué le motivó a usted a formar parte del colectivo de la Radio Izcanal?

Porque es un proyecto diferente, aquí no se está atado a ningún partido político, también el trabajo que se hace más que el beneficio personal por un salario es que es una gran oportunidad de ayudarle a la gente, sobretodo a aquellas que es muy manipulada por los medios de comunicación locales y de derecha que tenemos.

3-Antes de llegar a esta radio, ¿trabajó en otras emisoras comunitarias?

La verdad antes de llegar a radio izcanal no tenía experiencia en ningún medio de comunicación.

4-Para usted, ¿existe diferencia entre radio comunitaria y radio comercial?

Es el servicio que presta, por ejemplo, puede ser que aquí se cobre por pasar una cuña como se hace en las radios comerciales, pero el fin de la radio no es pasar cuñas sino pasar o transmitir conocimientos para que la gente que la escuche analice, razone y tenga información suficiente para poder tomar decisiones.

5-¿Cuál es el papel que juega la radio en el desarrollo local?

Esta radio tiene un papel muy interesante que ninguna otra radio la tiene, creo yo, a demás de ser radio es una ONG, de hecho la institucionalidad es un ONG que además de ser radio hace también trabajo de campo, especialmente en el municipio de Nueva Granada, que acompaña los grupos organizados y promueve la organización, promueve la producción, en el caso específico del municipio, pero a través de la radio también se incide en desarrollo comunitario, transmitiendo información dejando que las comunidades participen, promoviendo la organización, la equidad de género, de igualdad, de solidaridad y todos estos valores que ninguna radio promueve.

6-¿Qué formatos o géneros periodísticos, permiten mayor participación?

Quizás los programas de entrevistas son los que le dan a la gente mayor oportunidad de que llame y que participen porque se genera un poco más de discusión. Los otros programas quizá se poco cortos ya que existe interacción de los locutores y los que están escuchando.

7 -¿Cómo evalúa usted la participación de la gente en los diferentes programas que ofrece esta radio emisora?

Yo considero que es poca todavía, la radio para el potencial que tiene, la audiencia, la gente, no participa como debería hacerlo.

8- ¿Cuáles son los motivos según su criterio, del porqué la gente no participa de manera más activa?

(Esta pregunta procede sólo si el entrevistado, responde que la participación no es activa).

Por muchos factores. Uno es el factor político todo el que piensa o se atreva a criticar al gobierno es mencionado como una persona de izquierda, y eso causa cierto desprecio en la sociedad y la radio, quizás es uno de los factores que tiene, no cualquier persona de la comunidad puede venir decirle al alcalde que se está equivocando, porque lo van a tachar con un partido político y le puede causar algún tipo de repudio en la comunidad, además que si alguien del ministerio de salud venga a denunciar o criticar alguna problemática en su institución de trabajo significaría el despido para esta persona, yo creo que más que esos factores, lo social y político son los que están afectando mucho el nivel de participación.

9- ¿Cómo determina usted el tipo de audiencia de cada programa?

A través de encuestas, encuestas en diferentes municipio que se escucha la radio, eso determina por ejemplo en que horario la gente nos está escuchando, de que edad, que grado de escolaridad o que hacen, inclusive hasta en que comunidad, en dónde más nos escuchan. Otro de los factores son las

llamadas telefónicas que nos hacen. Eso sirve para determinar quiénes nos están escuchando y que les interesa escuchar.

10- ¿Considera necesario hacer cambios o mejorar la programación de la radio-emisora?

Si porque todavía falta esa participación que tanto se ha perseguido en la radio.

UNIVERSIDAD DON BOSCO

ANEXO 10

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA DE COMUNICACIONES

Febrero 14 de 2006

Cuestionario de **entrevista**

Señores.

Comunidad Nuevo Gualcho, Nueva Granada

Departamento de Usulután.

Soy estudiante en proceso de elaboración de tesis en la Universidad Don Bosco, de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Mucho agradeceré su valiosa colaboración proporcionándome la información que solicito, para efectos de un trabajo de tesis acerca de Radio Izcanal.

Datos generales

Nombre:

Edad:

Sexo:

1- ¿Cómo nace Radio Izcanal?

2- ¿Qué significa para usted, la radio?

3- ¿Qué papel jugó la comunidad en el desarrollo del proyecto de la Radio?

4- ¿Cree usted que sigue siendo importante la emisora para la comunidad?

5- ¿Cree usted que la radio tiene programas que le motivan a usted a participar?

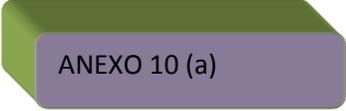
6- A 14 años de existencia ¿cree que se deben hacer cambios o mejoras en la Programación de Radio Izcanal?

Gracias por sus respuestas

UNIVERSIDAD DON BOSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA DE COMUNICACIONES



ANEXO 10 (a)

Febrero 14 de 2006

Cuestionario de **entrevista**

Señores.

Comunidad Nuevo Gualcho, Nueva Granada

Departamento de Usulután.

Soy estudiante en proceso de elaboración de tesis en la Universidad Don Bosco, de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Mucho agradeceré su valiosa colaboración proporcionándome la información que solicito, para efectos de un trabajo de tesis acerca de Radio Izcanal.

Datos generales

Nombre: Roselia Herrera

Edad: 45 años

Sexo: Femenino

3- ¿se acuerda como nace la radio?

Se inició un proceso con la radio en el 91. Recuerdo que empezó a trabajar, a transmitir como un medio local, a transmitir solo para la comunidad. Era bastante admirable, porque nosotros no sabíamos que era radio y escuchar una radio que transmitía solo para nosotros, admirable de ver como ha crecido.

Vivíamos en un primer momento en una situación bastante difícil. Difícil a nivel social no teníamos mucho desarrollo no había como algo que sintiéramos que nos facilitara la estabilidad en esta comunidad. En la parte económica estábamos bastante fregados; sin embargo había la motivación en la gente en participar de diversas actividades que se realizaban como comunidad y había una organización muy buena, lo cual nos permitió lograr mucho desarrollo a la comunidad; en la parte política a nosotros de la misma comunidad eso a nivel social. En la parte política también yo creo que en ese tiempo bastante se desconocía, pero había interés de parte de la población en conocer que era política para nosotros y nos fuimos involucrando en actividades, participando en las actividades políticas. Ya se nos mencionaba que iban a ver elecciones, nosotros, toda la comunidad teníamos que participar. Era una motivación en la gente, entusiastas por participar y por conocer.

4- ¿Qué significa para usted, la radio?

Es un medio que facilita a las comunidades, un medio que facilita la comunicación que orienta el desarrollo de las personas en las diferentes comunidades, para toda la gente que la escucha.

Es un medio que enseña, que trabaja, porque las comunidades prosperen ya que vemos que no en todas las comunidades que escuchan la radio tiene proyecto, pero amenos en el municipio donde está instalada la radio hay proyección por parte de la asociación y para mí ese es un desarrollo en el que esta involucrado el proyecto radio con las comunidades, es un desarrollo bastante bueno y yo siento que de esa forma aporta mucho, como parte de la comunicación que le brinda al pueblo.

3- ¿Qué papel jugó la comunidad en el desarrollo del proyecto de la

Radio Izcanal?

Yo creo que no nos quedamos a la espera. Como les digo, la comunidad, la gente, todo mundo demostrábamos entusiasmo y no solo esperar, sino participar, como le digo había un interés bastante bueno de parte de la gente, veía, se sentía y yo creo que hasta el momento hemos logrado que la gente entienda bastante qué es la política, que en ese tiempo que no se conocía, pero... fue así como la gente

fue conociendo y le puso interés y quizá amor verdad. Yo siento que la comunidad se integró de forma masiva y fue parte de la organización que teníamos en las actividades que se desarrollaban en la comunidad.

7- ¿Cree usted que sigue siendo importante la emisora para la comunidad?

Yo siento de que si. Ya que es un medio que le da participación a todo mundo. A las comunidad principalmente, a las personas que más hacen uso de la radio y la gente que se interesa por conocer, entonces es muy importante porque la gente se va apegando como depende de los programas que la gente desarrolle, la gente así le pone mucha atención, creo que hay una aprecio de las comunidades para la radio.

8- ¿Cree usted que la radio tiene programas que le motivan a usted a participar?

Creo que se debe mejorar algunos temas, por ejemplo hay programitas que no tiene buenos comentarios que habría que mejorar algunas cositas para lograr mayor participación.

Quizá hay que mejorar la calidad de programa y en parte también porque hay zonas que desean escuchar la radio o escucharla con mejor calidad.

9- ¿A 14 años de existencia cree que se debe hacer cambios o mejoras en la programación de Radio Izcanal?

A mi ver la radio tiene programas que a la gente le gusta, a mi me gustan mucho los programas que tiene la radio, **tal ves no a cabalidad**, porque siempre hay cosas que la gente las entiende y hay cosas que la gente no las entiende también. Pero, yo siento que la radio tiene programas muy buenos y por los programas que tiene se ha logrado ganar la **simpatía** de la población y siento que ahí donde está ubicada la radio actualmente con su programas que tiene, se puede mantener, **sin embargo se pueden mejorar algunos programas que a veces yo siento de que hay gente que** comenta de algunos programas que no son satisfechos para la programación.

Gracias

PROGRAMA		Aka Musical		
CONDUCTOR		Fidel Araujo		
TIEMPO DE DURACIÓN		Tres horas		
HORA /DÍA DE TRANSMISIÓN		Sábados de 6:pm – 9:00		
FORMATO		Musical (se incluyen opiniones de los oyentes)		
SEGMENTACIÓN		Hora contenido y tiempo de duración		
FECHA DE OBSERVACIÓN				
HORA DE INICIO	TEMA A DISCUTIR	PARTICIPACIÓN	OBSERVACIONES	TIEMPO DE INTERVENCIÓN O PARTICIPACIÓN
6:13 Pm	El TLC	<p>CONDUCTOR (intervención 1)</p> <p>Hoy estaremos hablando del TLC, les invitamos a todos los oyentes a marcar el 2628-2086 y pueda dar su opinión sobre el tema y responder a la pregunta: ¿Cómo afecta el TLC a los pequeños productores?....</p> <p>TELEFONO: Riiiiiiiiing</p> <p>CONDUCTOR: (intervención 2) Hola buenas noches, ¿Cuál es su</p>	<p>El conductor irrespetó la hora de inicio de este programa, lo que significa que perdió parte de la audiencia habitual. A los oyentes se les educa en horas de inicio, secciones, conductor y contenido, si hay negligencia en uno de estos elementos el programa pierde credibilidad.</p> <p>Los primeros minutos de un programa es el gancho para atrapar a</p>	4 Minutos

	<p>comentario?</p> <p>OYENTE: Buenas noches, Yo creo que pienso que el TLC no beneficiará a la mayoría de salvadoreños, creo que los beneficiarios serán los mismos. Otra vez al gobierno se le olvido consultarle a la población, todos los proyectos que se ejecutan en el país afectan a la gran mayoría porque son medidas sin tomar en cuenta la opinión de los pobres, es decir la mayoría...</p> <p>CONDUCTOR: (intervención 3) Aja, buenas noches y gracias por su opinión. Si usted quiere opinar puede marcar el 2628-2086...</p> <p>CONTROL: Canción</p> <p>CONDUCTOR (intervención 5)</p>	<p>los oyentes, esto no ocurrió en este programa, el conductor hizo una presentación muy escasa de información y mostró desinterés, lo que significa que no motivará al oyente a seguir en sintonía de la radio.</p> <p>Sin duda alguno, el presentador o conductor mostro poca preparación en el tema.</p> <p>Una clara evidencia que no tiene un horario y tiempo definido para la participación de los oyentes, además no reorienta la participación de los oyentes con el tema que se está tratando.</p>	<p>5 minutos</p> <p>4 minutos</p>
--	---	--	-----------------------------------

		<p>Gracias por estar con nosotros compartiendo el programa AKA MUSICAL. Llame y participe. ¿Cómo afecta el TLC a los pequeños productores? Quedémonos con otra canción...</p> <p>CONTROL: Canción CUÑAS</p> <p>CONDUCTOR (intervención)</p> <p>Bueno estamos hablando del TLC, una medida que quieren implementa sin consultarle a la población. Llame y de su opinión sobre este tema...</p> <p>TELEFONO: Riiiiiiiiing</p> <p>CONDUCTOR</p> <p>Hola buenas noches. ¿Cuál es su participación?</p>	<p>Se observa que el programa carece de una segmentación clara, para que la transmisión tenga un orden coherente.</p> <p>No hay tiempo definido para la participación del presentador o conductor, lo que se observa es que no se prepara de la misma forma para cada uno de los programas y obviamente no motiva a la participación porque no se le dan las suficientes herramientas para que los oyentes participen</p> <p>Queda en evidencia que no hay un tiempo</p>	<p>5 minutos</p> <p>5 minutos</p>
--	--	---	--	-----------------------------------

		<p>OYENTE</p> <p>En primer lugar considero que la población debe organizarse para poder sacar estos gobiernos corruptos, explotadores. Cada comunidad, cantón, caserío y municipio debe organizarse más para que todos juntos podemos hacer una fuerza mayor y sacar estos gobiernos malos...</p>	<p>definido para cada participación. Esto puede tener ventajas y desventajas, por ejemplo: cuando no hay mucha participación favorece que los oyentes hablen más de cinco o diez minutos, pero cuando varios quieren participar es una desventaja porque no se deja que todos participen.</p> <p>Quizá el conductor debe definir este punto, o buscar un equilibrio entre las dos opciones.</p> <p>Así sucesivamente es la forma de conducir el programa, no hay un tiempo estipulado para cada participación y no siempre se invita a un experto sobre el tema a desarrollar.</p>	<p>10 minutos</p>
--	--	--	--	-------------------