

UNIVERSIDAD DON BOSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES



MONOGRAFIA SOBRE LAS RADIOS UNIVERSITARIAS:
YSUCA Y RADIO UTEC

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

PREPARADO POR: GERARDO E. MORALES RODRIGUEZ

SOYAPANGO, 1992

UNIVERSIDAD DON BOSCO
BIBLIOTECA CENTRAL
"RAFAEL MEZA AYAU"
CIUDADELA DON BOSCO
SOYAPANGO, EL SALVADOR

Prólogo

El trabajo que tiene usted en sus manos, es el fruto en parte de una inquietud y la visión personal que tiene el autor acerca del proceso de comunicación. Expresa en cierto modo, un ideal respecto a lo que constituiría una radio universitaria. Porque al momento ninguna radio se identifica totalmente con dicho ideal, un medio de comunicación social universitario.

Con lo realizado, se pretende mostrar el estado incipiente de las dos primeras radios universitarias, porque tienen poco tiempo de difusión y por medio de lo expuesto se quiere ayudar a quienes sinceramente se interesan por una radiodifusión educativa.

Aquí se exponen algunas sugerencias sobre un medio que a cabalidad cumpla las funciones de un canal de comunicación social en el área educativa. En el futuro, quizás otras instituciones universitarias se interesen por instalar otras estaciones radiales y ojalá esto les brinde alguna utilidad.

Posiblemente aquí hay varios aspectos que pudieron haber sido más explorados y tocará a posteriores estudios profundizar sobre esas áreas en particular.

Quienes en el futuro, se interesen por el proyecto de medios radiales encontrarán varios datos de información que seguramente les auxiliarán en un momento dado, para comprender la radio según la realidad de El Salvador y no sólo apreciada según el plano teórico. Porque tanto el conocimiento de las ciencias, como la práctica permitirán acercarse a ese ideal de comunicación social perseguido.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPITULO I

El Medio Radial

CAPITULO II

Requisitos para instalar una radiodifusora

CAPITULO III

La radio como medio de información y de comunicación

CAPITULO IV

Antecedentes de la radio universitaria

CAPITULO V

Radio YSUCA

CAPITULO VI

Radio UTEC

CAPITULO VII

Encuesta sobre radios universitarias

Consideraciones finales

Anexos

INDICE GENERAL	
Prólogo	1
Tabla de contenidos	2
Introducción	4
Capítulo I: El Medio Radial	5
1. Cualidades del medio radiofónico	6
2. Importancia de la radio en El Salvador	7
3. Cualidades técnicas e historia de la radio	9
3.1 Concepto de emisora de radio y las primeras emisiones	10
3.2 Primera radiodifusora en El Salvador	11
4. Diferencias entre AM y FM, señal y frecuencia	12
Capítulo II: Requisitos para instalar una radio	14
Capítulo III: Radio como medio de información	17
Capítulo IV : Antecedentes de la radio universitaria	21
Capítulo V : Radio YSUCA, aspecto técnico	24
2. Origen de la emisora	25
3. YSUCA y su función educativa	31
3.3 Análisis de la programación	34
Los noticiarios de la estación YSUCA	36
Capítulo VI : Radio UTEC,	
1. Datos técnicos	41
2. Historia y programación	42
3. Impresiones del director y organización interna de la radio	45
Capítulo VII : Encuesta sobre radios universitarias YSUCA y Radio Utec	47
Consideraciones finales	50
Anexos	53
Bibliografía	62

INTRODUCCION

El presente trabajo intenta explorar los inicios de la radiodifusión universitaria en El Salvador, a partir de dos hechos concretos: dos medios de comunicación que supuestamente cumplirán con los objetivos culturales para los que fueron creados. Se supone que los objetivos son educacionales porque se trata de medios que pertenecen a instituciones de educación superior. Esta investigación no tiene como finalidad presentar un modelo de radio universitaria, sino describir a las anteriormente citadas

Hasta el año de mil novecientos noventa y uno, el proyecto de la radio universitaria era solamente eso, un simple plan sin esperanzas de concreción. Sin embargo, durante ese año, dos centros de educación superior se deciden a establecer sus propias estaciones de radiodifusión. Primero fue la Universidad Tecnológica, con su Radio UTEC y pocos meses después, le siguió la Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas" al fundar la YSUCA.

La naturaleza de este trabajo es de tipo formulativo o exploratorio. Se ha utilizado una metodología basada en la investigación bibliográfica, al consultar a varios autores y comparar sus puntos de vista. Se entrevistaron personas involucradas directamente con las dos radios en análisis y se monitoreó las transmisiones de las dos emisoras desde abril hasta el mes de agosto de mil novecientos noventa y dos. En los porcentajes que hay en los anexos, se tomó el miércoles como muestra, dieciséis horas.

La presente investigación comienza con el origen del medio radial, una breve descripción de la tecnología que permite la difusión de los mensajes, la historia de la radio en general, cualidades técnicas del medio de comunicación propiamente dicho.

En el segundo capítulo se creyó que sería interesante conocer algo de las reglamentaciones internas que supuestamente regulan la función de las radiodifusoras en El Salvador. Aparecen todos los requisitos que solicita ANTEL para el otorgamiento de la frecuencia y un código antiguo que medianamente sirve como reglamento.

El tercer capítulo trata sobre la radio y los conceptos: información y comunicación. Ambos términos son de vital importancia para el análisis de las dos estaciones radiofónicas que conciernen a esta investigación y también son de mucha ayuda para el estudio de cualquier medio de comunicación que desee abordarse. Del capítulo cuatro en adelante se comienza a explorar la función de la radio universitaria desde su antecedente en la Universidad de El Salvador, hasta llegar al presente: YSUCA y Radio UTEC.

CAPITULO I

EL MEDIO RADIAL

En este capítulo, se mencionan las cualidades del medio de comunicación, la importancia que adquiere la radio en circunstancias específicas de la sociedad salvadoreña, las propiedades técnicas de la radiodifusión, la primera estación radial en El Salvador. Es útil conocer un poco sobre la tecnología utilizada para procesar los mensajes y cómo a través de las ondas hertzianas se pueden difundir contenidos a lugares muy distantes.

Se muestran ligeramente las diferencias entre la frecuencia de amplitud modulada (AM) y la frecuencia modulada (FM). Ambos sistemas han sido ampliamente utilizados por las estaciones comerciales. Al principio se le dio mayor énfasis al primero, al grado que según datos del Ministerio del Interior, existen cincuenta y seis emisoras registradas en amplitud modulada y cuarenta y tres en frecuencia modulada.

Sin embargo, esas cifras varían cada seis meses, porque hay muchas solicitudes para establecer nuevas estaciones y en varios sitios del país; la radio es el medio de comunicación con mayor cobertura.

Este capítulo brinda un panorama general del medio radiotónico, tanto en la dimensión técnica como en el área comunicacional. Los dos aspectos tienen gran importancia para producir un mensaje efectivo, que alcance los objetivos planeados por sus emisores y, en conjunto para superar la calidad de la radiodifusión salvadoreña.



1. Cualidades del medio radiofónico

a. Fácil comprensión. "En El Salvador, el 45 por ciento es iletrado, según fuentes oficiales, pero las no gubernamentales aseguran que llega al 60%"¹. La radio tiene la gran ventaja que no demanda que el oyente sepa leer, ni un alto nivel educativo. Esta cualidad hace que los mensajes difundidos por medio de la radio, estén al alcance de grandes segmentos de la población. La sencillez del lenguaje utilizado facilita su comprensión y el uso de la música deleita al radioescucha.

b. Es un medio masivo. El poder de las ondas radiales permite llegar a los principales núcleos poblacionales y a otros sitios al interior del país. Las estaciones de radio cubren casi todo El Salvador, aunque ninguna por sí sola, tiene cobertura total.

c. Sin límite de tiempo. La radio es un canal de fácil acceso y es el único que se traslada junto a su audiencia. Puede escucharlo camino al trabajo, en la oficina, en su casa y no impide realizar otras actividades mientras se escucha. Basta encender un pequeño receptor de bolsillo y ahí está la radio llegando a los rincones más apartados de la república. Además ya hay estaciones que transmiten las veinticuatro horas del día, para sintonizarlas en cualquier momento.

d. Traslado inmediato de la información y en el instante que se están produciendo los hechos.

e. Amplia variedad de programación disponible. El radioescucha sabe que hay estaciones para diferentes gustos. Hay estaciones que transmiten música ranchera, tropical, romántica, en inglés y hasta hay una radio sólo para niños. La gente puede localizar en el dial de su receptor, la programación que más le agrade.

f. Bajo costo. Casi todas las personas están en la capacidad de comprarse un aparato de radio, aunque sea un modelo transistorizado de bolsillo. Por eso, el medio radial puede movilizarse junto a su auditorio a cualquier lugar.

g. Además de ser un medio masivo de comunicación, es al mismo tiempo, una voz que se dirige al receptor individualmente y le mantiene informado de lo que pasa en su comunidad y en el mundo entero. "Tiene la facultad de aislarle (al escucha), dentro de sus fantasías y angustias, con la música que proviene de un mundo desarrollado, con las interminables historias de luchas y tragedias de sus radionovelas y

1. Revista Pulso, Enero-Marzo 1992

al mismo tiempo es capaz de mantenerle, gracias a sus programas de entrevistas, comentarios y noticias estrechamente ligado a la realidad de su propio medio y a la del resto del mundo"²

h. Cuenta con la riqueza de infinidad de efectos sonoros, música variada y voces para que el escucha se forme una imagen, en su mente, de lo narrado en la transmisión. Como decía una cuña radial: "No, tenemos párpados en los oídos", el mensaje penetra sin mayor dificultad en la mente de quien escucha y genera diferentes reacciones con relación al contenido.

i. Es un medio adaptable porque se le pueden introducir rápidos cambios en sus mensajes.

2. Importancia de la radio en El Salvador

En El Salvador, la radio desempeña una función muy importante, en lo que atañe al aspecto social. Cuando se han producido desastres, desórdenes o un problema que afecte a la comunidad, la gente recurre a la radio en busca de la información oportuna. Inclusive se le otorga veracidad a la noticia que es difundida por una emisora, por el sólo hecho que lo dijo la radio. A menudo se oye decir: "en la radio tal dijeron que el incidente pasó de esta forma" o "hay que encender el radio para saber qué pasa". El medio goza de un alto nivel de credibilidad y lo que ahí se dice es generalmente aceptado como cierto.

A menudo las emisoras incluyen en su programación, espacios que los denominan de servicio social. En ellos se informa de personas desaparecidas, algún herido que necesita de donación de sangre, autos robados y otros casos que producen solidaridad social. Esto aumenta cuando se informa de hechos tales como terremotos, guerras y otros sucesos graves que conmueven fuertemente a la opinión pública.

La radio fue el primer medio de información electrónico en el mundo y es un canal masivo, importante y eficaz. El mensaje llega con prontitud a la intimidad de los hogares, informa, instruye sin mayor molestia y establece identificación del emisor con el receptor. Muchos locutores se ganan la simpatía del público y contribuyen a aumentar la popularidad de la estación en que trabajan. Tienen éxito al hacer factible que se establezca una empatía con el receptor y éste recibe los mensajes con más agrado. Muchas familias, inclusive, se reúnen para escuchar los espacios de noticias, un partido de fútbol, una entrevista y el aparato receptor de radio se vuelve un elemento infaltable en todo hogar y a veces no sólo hay un radio, sino varios aparatos disponibles para cada miembro de la familia.

Mc Quail, en el libro "Introducción a la teoría de la comunicación de masas", (Páginas 100- 101), propone el siguiente esquema, acerca de cómo utiliza la audiencia los medios de comunicación y lo que espera recibir de ellos, incluyendo la radio:

2. Historia, situación actual y función de la radio en El Salvador. Tesis de la UCA, por Leticia Aguirre, 1985

I. Información

- Información sobre las circunstancias y acontecimientos significativos del entorno inmediato, de la sociedad y del mundo.
- Buscar consejo sobre cuestiones prácticas, opiniones y decisiones.
- Satisfacer la curiosidad y el interés general.
- Aprendizaje, autoeducación.
- Ganar sensación de seguridad a través del conocimiento.

II. Identidad Personal

- Encontrar una confirmación de los valores personales.
- Encontrar modelos de conducta.
- Identificarse con otras personas valoradas (en los medios de comunicación).
- Ganar en clarividencia sobre uno mismo.

III. Integración e interacción social

- Ganar en clarividencia sobre las circunstancias de los demás: empatía social.
- Identificarse con los demás y desarrollar el sentimiento de pertenencia.
- Encontrar una base para la conversación y la interacción social.
- Disponer de un sucedáneo de la compañía auténtica.
- Ayuda para desempeñar los roles sociales.
- Facilitar al individuo sus relaciones con la familia, los amigos y la sociedad.

IV . Entretenimiento

- Escapar o alejarse de los problemas.
- Descanso.
- Conseguir un placer intrínsecamente cultural o estético.
- Ocupar el tiempo libre.
- Liberación emocional.
- Estimulación sexual.

Mc Quail afirma que "el uso general de los medios de comunicación proporciona en uno u otro momento todos los beneficios mencionados" (Idem, Página 101). De esta forma ubica el autor ya citado, los objetivos de los medios según la perspectiva de la audiencia. El también proporciona la definición del término, de esta forma: "El término "audiencia de los medios de comunicación" tiene un uso universal y

un significado aparente bastante simple en cuanto el agregado de personas que constituyen los lectores, radioyentes o telespectadores de los distintos medios de comunicación o de sus distintos programas o artículos. (Idem, página 183).

La radio no es simplemente un pasatiempo, un recurso en el cual emplear el ocio, es un elemento valioso para la audiencia. La gente ve en ese aparato electrónico, por sencillo que sea, una voz que le da informaciones actualizadas, consejos, enseñanza por ejemplo: que la enfermedad del cólera es causada por una bacteria y no por un virus. A través de entrevistas con médicos, aclara la diferencia entre los dos términos y así los oyentes aprenden sobre ese problema que afecta a su comunidad.

Definitivamente la radio es muy importante para la mayoría de personas y por momentos, la necesidad de escucharla aumenta, debido a que también la necesidad de recibir información se incrementa. Al momento de elaborar este trabajo, durante el mes de mayo de 1992, la gente quería saber sobre la situación energética, porque la CEL había impuesto un racionamiento de ocho horas y preocupaba a la población. En esos instantes, el escucha utilizaba mucho más el radio, porque al faltar la energía en horas nocturnas, no le quedaba otro medio de comunicación disponible. En una situación como la descrita, los oyentes tienen mayor necesidad de informarse, de llamar por teléfono a la radio manifestando su inconformidad, que en algunas zonas el apagón se había prolongado más de lo previsto, que necesitaban camiones cisternas por la falta de agua, etc. La gente opina, se manifiesta, critica, protesta y al primer medio que recurre es la radio. No le queda otra alternativa. Es el canal de información más ágil y el único que llega a los hogares, cuando en la noche se va la energía eléctrica. Y no solamente es la necesidad de información, hay una audiencia ávida por recibir entretenimiento, distracción y algo que le acompañe en horas de oscuridad. Este es un ejemplo de la importancia que posee la radio, actualmente en El Salvador.

3. Cualidades técnicas e historia de la radio

En esta parte del trabajo, se considerará el aspecto técnico del medio radial. Es interesante conocer un poco sobre su historia, su desarrollo internacional, los tipos de frecuencia, cómo es posible transmitir los mensajes por medio de las ondas hertzianas y las diferencias entre AM y FM. Para empezar, se mencionarán algunos datos sobre el origen de la comunicación radiofónica.

Es común oír el término "ondas hertzianas" o "hertz" y en el dial de los receptores de radio aparecen las siglas KHz o Mhz siempre relacionadas con esta misma palabra "hertz". Esto se debe al descubrimiento que realizó un científico alemán en 1887. Henrik Hertz, trabajaba en el Laboratorio Politécnico de Karlsruhe (Alemania). ahí decidió comprobar la teoría de otro investigador, que afirmaba la existencia de ondas electromagnéticas que supuestamente se propagaban a la misma velocidad que la luz. "Hertz

instaló un inductor en un extremo de una sala y un resonador (equivalente a un receptor) en el otro. Al poner en funcionamiento, por medio de una batería, el inductor (transmisor), que tenía dos placas metálicas oscilantes, en su resonador (receptor) —un aro con dos esferas metálicas— se producían casi al mismo tiempo pequeñas chispas en la abertura del aro. Este sencillo experimento, comprobó la existencia de las ondas electromagnéticas, llamadas desde entonces también ondas hertzianas”³.

Luego del experimento de Hertz, se continuó la tarea de trabajar con las ondas recién descubiertas y encontrarles alguna aplicación práctica. Fue el italiano Guillermo Marconi quien logró hacer la primera transmisión de radio, el 12 de julio de 1898 y a él se atribuye la invención del radio, como un sistema que permite enviar información sin hilos, a larga distancia. El invento de Marconi recibió el valioso aporte de la electrónica, con las válvulas de vacío como el tríodo, estos dispositivos permitían la amplificación de los impulsos eléctricos para salvar distancias cada vez más lejanas.

Las ondas electromagnéticas tienen varias propiedades, una muy importante es su longitud. Según la diferencia que haya en la longitud, se clasifican en: ondas cortas (entre 10 y 15 metros), ondas medias (entre los 100 y 500 metros) y las ondas largas (entre los 500 y 10.000 metros). También hay ondas ultracortas, con menos de 10 metros.

Para toda clase de ondas es interesante saber su longitud y su frecuencia. Para una onda de longitud determinada la frecuencia es siempre constante; una onda de 10,000 metros de longitud, siempre tiene 30 kilociclos por segundo (30,000 ciclos) mientras una onda corta, de 10 metros, tiene una frecuencia de 30 megaciclos (300,000 ciclos). El ciclo representa la distancia de una onda que aumenta desde cero hasta la cresta positiva alta y que luego cae en un valle negativo (opuesto a la cresta) para subir de nuevo a cero. La longitud de onda es el espacio entre el comienzo y el final del ciclo (longitud entre los dos ceros)⁴.

En los anexos, la figura 1 ilustra mejor, los términos amplitud y longitud de onda.

3.1 Concepto de emisora de radio y primeras emisiones

La gente utiliza la palabra radio para referirse indistintamente a un aparato donde recibe la transmisión o la estación que transmite. Para aclarar estos conceptos, se recurrirá nuevamente a la obra de L. Brajnovic antes mencionada, en la página 250 define exactamente lo qué es una estación radial y cuál fue la primera en transmitir regularmente. "Denominamos emisora de radio al conjunto de elementos técnicos capaces de registrar, amplificar y transmitir al espacio unos programas sonoros, realizados con

3. Tecnología de la Información, página 244 por L. Brajnovic

4. Idem, Páginas 246- 247

el propósito de ser captados en lugares más o menos lejanos por los receptores, y escuchados por un público.

Para ampliar más sobre el origen de la radiodifusión, se incluyen los siguientes datos, del libro: "El Periodismo en la Actualidad", de Donald L. Ferguson y Jim Patten. (Páginas 24 y 25). "En 1906, el Dr. Lee De Forest perfeccionó el tubo de vacío que hacía posible el nuevo medio de comunicación de la radio. Aunque nadie en particular inventó la radio, el tubo de vacío de De Forest fue el invento clave.

"De Forest hizo la primera transmisión de noticias en 1916, cuando transmitió sobre una zona limitada los resultados de la elección presidencial entre Wilson y Hughes. Los programas diarios regulares comenzaron en Detroit en 1920, transmitidos desde la estación experimental 8MK, que se convirtió en WWJ al año siguiente. La estación KDKA de Pittsburg, Pennsylvania, transmitió los resultados de la elección presidencial entre Harding y Cox en 1920, transmisión considerada como un hito en el periodismo radiofónico".

"La National Broadcasting Company (NBC) se formó en 1926 y la Columbia Broadcasting System (CBS) en 1927. La Mutual Broadcasting salió al aire en 1934, y cuando parte de la red de la NBC fue vendida, se le volvió a bautizar como la American Broadcasting Corporation (ABC) en 1945".

A esa emisora de Pittsburg se considera como la primera del mundo. Fue la pionera de una industria que después alcanzaría proporciones mundiales.

3.2 Primera radiodifusora en El Salvador ✓

Los primeros intentos formales para la instalación de una emisora, en El Salvador, se dieron al inicio del año 1926. El área de las comunicaciones tuvo un gran auge en este tiempo. " El Salvador fue el primer país de Centroamérica que tuvo telégrafo terrestre, cable submarino, servicio telefónico particular, instalación subterránea de batería central, estación inalámbrica transmisora y la radiodifusora" ⁵. La primera estación salvadoreña fue inaugurada el 1 de marzo de 1926 y se identificó, en ese momento, con las siglas A.Q.M. Estas letras correspondían a las iniciales del nombre del presidente Dr. Alfonso Quiñónez Molina y retuvo esa identificación hasta el 8 de julio de 1927.

Internacionalmente se comenzaron a ordenar las comunicaciones por radio y para evitar confusiones,

5. La radiodifusión en El Salvador, René Contreras, página 14

a cada zona del mundo se le asignó un código. A El Salvador se le asignaron las siglas YS que quiere decir "Yankee Sierra" y todo lo referente a radiodifusoras, también naves aéreas debían utilizar esas letras. Por tal razón, en 1936 la radio gubernamental adoptó la identificación "Y.S.S. Alma Cuscatleca".

3.3 Primera radiodifusora comercial

El año de 1935, aparece la primera estación comercial, la "Y.S.P., Voz de Cuscatlán", propiedad de Fernando Alvayero Sosa.⁶ Desde el principio esta emisora le concedió mucha importancia al aspecto informativo. Tenía varios espacios de noticias y hasta realizaban programas en combinación con diarios, como Diario Latino. Había secciones culturales, con poemas y entre sus patrocinadores estaban: la cerveza Pilsener, Capitalizadora de Ahorros, Westinghouse y la Prensa Gráfica, este periódico patrocinaba quince minutos de música clásica junto con la biografía de compositores famosos.⁷

4. Diferencias entre AM y FM

A continuación, se tomarán algunos datos técnicos de la obra de Otto Klepner, Publicidad, páginas 200 y 201. Es interesante conocer estos puntos técnicos, de las frecuencias más utilizadas por las estaciones de radio.

Señal

Los impulsos eléctricos que se transmiten por radio o televisión se denominan señal. Si una estación dada tiene buena señal en un territorio, sus programas se oyen con claridad, en el caso de radiodifusoras o se ven con nitidez cuando se trata de señales de televisión.

Frecuencia

Todas las señales se transmiten por ondas electromagnéticas, llamadas ondas de radio. Estas ondas se diferencian entre sí por la frecuencia (el número de ondas que pasan por un punto determinado durante cierto período de tiempo). Las frecuencias se miden en términos de miles de ciclos por segundo (Kilohertz o kilociclos para AM) o millones de ciclos por segundo (Megahertz o megaciclos para FM).

Todas las ondas electromagnéticas tienen altura, que se conoce como amplitud, como la diferencia entre una ola en el mar y una ola en un estanque y tienen velocidad, medida por la frecuencia con la cual una sucesión de ondas pasa por un punto dado por minuto, o por segundo. Si por ejemplo, una estación opera en la frecuencia de 1,580 kilociclos, significa que 1,580 ondas pasan por un punto dado por segundo.

6. Idem, página 20

7. Idem, página 22

Con base en estas dos dimensiones (amplitud y frecuencia), se han desarrollado dos sistemas para transmitir en radio -no son los únicos, pero son las frecuencias más utilizadas con este fin- el primero transmite las variaciones en una onda sonora mediante variaciones en amplitud, la frecuencia permanece constante, este es el principio de la amplitud modulada (AM).

El segundo sistema transmite la variación en una onda sonora mediante variaciones en la frecuencia, mientras que la amplitud permanece constante. En este principio se basa la frecuencia modulada (FM).

En la frecuencia de amplitud modulada (AM), lo que se altera es la amplitud y la frecuencia permanece constante. Las estaciones están más próximas la una de la otra y por esta razón, a veces se escucha que la señal de una radio se superpone a la de otra. También tiene la desventaja de que la calidad de la transmisión en cuanto a sonido, no es muy buena. El dial de AM se encuentra totalmente saturado y la mayor concentración de radiodifusoras aparece en el departamento de San Salvador.

En la frecuencia modulada (FM), se mantiene la altura de la onda irradiada y lo que cambia es la frecuencia. La nitidez en la transmisión es notablemente superior a la de amplitud modulada, en parte debido a que actualmente en el dial hay una separación de seiscientos kilociclos (600 kilociclos) entre cada estación. ANTEL planea modificar esto para permitir agregar más emisoras en esta frecuencia, porque según lo manifestara un vocero de la administración, existe una gran demanda en cuanto a solicitudes para otorgar frecuencia.

Ver el anexo #2 para comprender mejor las dos frecuencias.

CAPITULO II

REQUISITOS PARA INSTALAR UNA RADIODIFUSORA

1.Requisitos legales y técnicos, para instalar y operar un sistema de radiodifusión

La Administración Nacional de Telecomunicaciones (ANTEL), por medio de su departamento Radio eléctrico, establece los siguientes requisitos para montar una emisora de radio en El Salvador: a.El representante legal de los interesados en instalar el sistema debe presentar una solicitud con

- Acta de constitución de la sociedad
- Partida de nacimiento del representante legal
- Solvencia de la Policía Nacional
- Estudio de factibilidad técnico
- Estudio de factibilidad económico

Según lo expresado por miembros de ANTEL, las gestiones para dar el permiso de la frecuencia, sea en amplitud modulada o en frecuencia modulada, incluían al Ministerio del Interior.Ellos afirman que ahora solamente es competencia del Departamento Radioeléctrico de ANTEL.

1.1 Requisitos del estudio técnico

- Descripción del proyecto

Deberá detallarse en qué consiste el proyecto y la planificación del mismo, tanto en sus inicios como posibles proyecciones futuras. La descripción se hará lo más técnicamente posible.

- Características técnicas de los equipos

Deberán especificarse las características o parámetros de cada equipo, ya sea amplificadores de audio, consolas de control, limitadores (enlaces de radio), antenas de transmisión, etc.

- Diagrama de bloques del sistema

El diagrama de bloques, además de la presentación gráfica, deberá dar una breve explicación del mismo.

- Ubicación de los estudios y planta transmisora

La ubicación tanto de los estudios como de las plantas deberá presentarse en notación de coordenadas geográficas, por ejemplo: 39° N 45' 13" latitud norte y 13° W 15' 20" longitud oeste. Esto se lee de la siguiente forma: 39 grados norte, 45 minutos y 13 segundos latitud norte. 13 grados oeste, 15 minutos y 20 segundos longitud oeste.

- Cobertura del sistema

Se presentarán los contornos de 54 dBU y 60 dBU. El cálculo para el área de servicio, así como su desarrollo bien detallado. (Los dBU es una unidad que está expresada en logaritmos y sirve para la medición de la intensidad de onda electromagnética radiada)

1 dBU equivale a $10 \times \text{Log}_{10} = \text{Potencia de salida dividida entre Potencia de entrada}$

Este parámetro lo utiliza ANTEL para comprobar que la señal de la radio realmente tiene una cobertura efectiva en un área determinada.

Se hará una descripción del sistema radiador

Se especificará la ganancia de las antenas que empleará en su sistema, así como la altura de la(s) torre(s) que se utilizarán.

2) Sobre el estudio económico:

El estudio de factibilidad económico deberá enfocarse de la siguiente forma:—Costos del sistema, —costo inicial (inversión inicial), —Costo de operación y mantenimiento, —Valor de los equipos.

2.1 Ingresos del sistema:

Demanda aproximada

Estructuración tarifaria por la prestación del servicio.

2.2 Aspecto financiero:

Inversión financiada por (especificar) o recursos propios

Tipo de interés usado para los cálculos

En cuánto tiempo espera recuperar la inversión.

2.3. Ingresos

Entradas mensuales que se espera obtener.

El Ministerio del Interior únicamente interviene en el área de locución. Periódicamente se dan cursillos para preparar locutores y otorgar un carnet que los autoriza a ejercer la profesión.

Existe un reglamento que data del año 1945, del gobierno del General Maximiliano Hernández Martínez, al cual se le han hecho reformas con el fin de actualizarlo, para el establecimiento y operación de radiodifusoras, pero se aplica parcialmente.

Afirmó un empleado del Ministerio del Interior, que carecen de recursos, para poder cumplir a cabalidad con el reglamento para emisoras radiales. Hay anteproyectos de ley en estudio, pero no existe un organismo que regule efectivamente el funcionamiento de las radiodifusoras.

Del Reglamento para el establecimiento y Operación de estaciones radiodifusoras, se extrae el concepto de radios culturales: "Son estaciones culturales, las establecidas o que se establezcan para fines de divulgación cultural, únicamente mediante conferencias, conciertos, etc. Sin lucro de ninguna clase o anuncios".

CAPITULO III

La radio como medio de información y de comunicación

Es importante en este trabajo, aclarar algunos conceptos que ayudarán a comprender mejor, la función de las radios en estudio. Se analizará en concreto, el término información y su diferencia con otra palabra clave, comunicación.

1. Concepto de información y datos de información

La radio es un canal de información, esta la define un autor⁸ como: "Transmisión de cierto número de mensajes, de conocimientos, a un individuo o colectivo que los recibe, elabora, acepta o rechaza". En esta obra se hace una distinción entre información y datos de información. Es útil conocer esto también, para no caer en confusiones. En la misma página dice: "En los datos, se incluyen los informes, las comunicaciones, y el conocimiento. Estos pueden almacenarse, transformarse y transmitirse, pero no devienen información hasta que se hace uso de ellos. Los especialistas norteamericanos R. G. Murdick y J. Ross insisten en la conveniencia de esta distinción, por afectar la información al comportamiento de las personas o de las máquinas. Los datos pueden considerarse como signos, generalmente observaciones registradas, que no afectan de momento al comportamiento. Pero si lo afectan, se convierten entonces en información. Puede decirse, pues, que la información son datos en uso". Este párrafo es oportuno para esta investigación, pues se podrían dar confusiones al mencionar términos como información. Por ejemplo, está la Informática, la ciencia relacionada con el almacenamiento de datos en computadoras.

8. Introducción al Periodismo, Información y Conciencia
Vicente Romano, Editorial Teide, página 18.

En los circuitos electrónicos de tales aparatos, se guarda cantidad considerable de datos de información, tiene que haber usuario que use los datos para que estos se conviertan en información. De lo contrario, es solamente conocimiento acumulado, como las revistas, libros, informes y si nadie lo emplea es algo irrelevante. No afecta para nada el comportamiento de las personas. Como bien lo afirma la definición anterior, se requiere de una "transmisión" a un individuo o bien a un grupo que reaccione con respecto a tal conjunto de datos.

En el medio radiofónico, a cada momento se están lanzando datos de información. Aquí no puede reducirse únicamente a las noticias, hay una diversidad de temas sobre los cuales se informa a los oyentes. Sin embargo, lo que puede representar información para unos, a otros los tendría sin cuidado y no significaría nada. Cada quien responderá según sus intereses y las necesidades que tenga de información.

2. Concepto de Comunicación

La definición de lo que es comunicación, añade otro elemento muy importante. "La comunicación, por el contrario, es el proceso y el resultado del intercambio de informaciones entre individuos, grupos u organizaciones sociales"⁹. En esta fase, hay que agregar la retroalimentación. Que el receptor manifieste su parecer y comparta los datos de información. De esta manera se realizaría una verdadera comunicación social, que haya entendimiento, reciprocidad y ambos entes involucrados tengan la posibilidad de expresar su opinión referente al mensaje.

Lamentablemente en la mayoría de medios de comunicación, incluido el radial, se produce la unidireccionalidad en la información. El emisor –por ejemplo, un locutor– lanza muchos datos, lee informes, explica, comenta, pide que le llamen solicitando canciones y todo lo anterior son estímulos para provocar respuestas. No obstante, en el caso del radioescucha, generalmente carece de los medios para responder al mensaje. Son pocos los que disponen de teléfono y unas cuantas llamadas no siempre trasladan el sentir de la mayoría de la audiencia. El resultado es que se mantiene la verticalidad y sólo quedan como medios de información.

En el libro "Comunicación", de Juan Luis Fuentes, en la página 336 apunta que en la comunicación de masas los roles de emisor y receptor son fijos, el primero siempre está emitiendo mensajes mientras que el segundo se concreta a recibirlos y ahí muere el proceso.

En cuanto a la información, sostiene que: "Información es el tratamiento que recibe un hecho noticioso que se va a comunicar. Por lo tanto hace referencia tanto al contenido como a la forma en que está expresado". Esta definición enriquece más el llegar a saber qué es realmente información. Porque el emisor no traslada los datos por puro capricho. Lo que informa y la manera en que lo hace responden a un propósito. Entender esto será de capital importancia para el presente trabajo y ayudará a comprender la labor de cualquier medio de comunicación en análisis.

9. Idem, páginas 18 y 19

Todo órgano de información, podría limitarse al simple traslado de los hechos a su audiencia, sin emitir mayor opinión y esforzarse por presentárselos con el máximo grado de objetividad posible. Esta es la concepción ideal, principalmente en lo que concierne al género noticias. Sin embargo, obligadamente el traslado de la información pasa por varios filtros ¹⁰ en la comunicación. El filtro modifica el mensaje en la forma o en el contenido. Se alteran los datos de información con un objetivo previamente concebido, según los intereses del emisor.

Uno de los filtros más utilizados es la censura, esta puede ser interna –del propio medio y el periodista– o externa, la que ejerce el gobierno por medio del Ministerio del Interior o la Fuerza Armada. En la aplicación de la censura también inciden, la ideología de los propietarios del canal informativo, las creencias religiosas, las opiniones de quien recolecta los datos y los ingresos que se pretende recibir en concepto de publicidad, que son áreas vitales para la supervivencia de todos los medios. Si tiene subsidio, ese ingreso impone una posición política.

En El Salvador, la empresa radiofónica, quizá impulsada por motivos comerciales, para localizar certeramente a los potenciales consumidores de productos, se ha dividido en varios tipos de emisoras. Hay radios dirigidas a los jóvenes, para niños, para evangélicos y en 1991 aparece la primera radio universitaria. Esto supuestamente conllevará innovaciones en la programación y aportes valiosos para la educación de los oyentes. Sería un error que se limitara a repetir el esquema ya existente o pretender usar la radio solamente como un elemento más de publicidad, para atraer más alumnos.

El poseer un medio de comunicación propio, representa un privilegio y una responsabilidad social grande, para la universidad. Es un honor poder contar con un medio que sea universitario, los estudiantes pueden sentirse más estimulados, al disponer de un medio que les permita ejercitar y demostrar los avances en su aprendizaje. A menudo los alumnos de comunicación, alegan que hay un divorcio entre la teoría y la práctica. Esto no tiene por qué ser así, en la radio deben complementarse los dos campos. El conocimiento recibido en las aulas, debería generar un modo de radiodifusión que beneficie a la sociedad. Una real y auténtica comunicación social, no otro medio masivo. "Masa connota falta de cultura, de inteligencia e incluso de racionalidad"¹¹. Hay que ver al público como seres pensantes y no ofrecer tanto programa aburrido y de tipo puramente comercial.

En este trabajo, cuando se emplea el calificativo de "medio masivo" se está refiriendo a un medio que concibe a su receptor como "masa". Sin embargo, esta no debe confundirse con agrupaciones de cierta

¹⁰. Ob.cit. página 337.

¹¹. Introducción a la Comunicación de Masas, Mc Quail, página 30.

tendencia política. El autor piensa que los medios masivos, o sea que estructuran su programación dirigida a las masas, lo hacen únicamente para obtener lucro. Por esa razón, ofrecen programas de baja calidad. La masa es un ente amorfo, con poca cultura, que está satisfecho con productos "enlatados" y no exige mayor contenido que motive a su inteligencia.

No se está proponiendo un medio elitista, algo excluyente para la mayoría, todo lo contrario. Este medio de comunicación social sí debería de cumplir a cabalidad, las siguientes funciones: informar, divertir, orientar, vender espacios publicitarios para subsistir y educar. Quizá poniendo un mayor interés en lo último, por pertenecer a un centro de educación superior.

La radio universitaria tiene una responsabilidad social enorme, en la situación de post guerra que vive El Salvador. Luego de doce años de conflicto bélico, una aguda crisis en la generación de energía eléctrica, necesidad de ayuda externa y un sinnúmero de problemas acumulados se requiere de medios que tengan un papel activo para encontrar soluciones. Hay que situarse en la realidad actual y proponer caminos de acción para recuperar el estado general del país. Para ser más específico, se podrían realizar programas dinámicos, para ofrecer respuestas a los problemas de las comunidades. Por ejemplo: varias veces se ha escuchado del ahorro de energía que representa el uso de las cocinas "Lorena" en el campo. ¿Cuánta gente sabe cómo son esos artículos? Bien podrían describirse en una serie de programas radiofónicos. El conocimiento desarrollado en las universidades puede adecuarse para tratar ciertas necesidades concretas de la población.

La información no puede quedarse en el simple traslado de datos, de conocimiento a un público pasivo. El concepto información, según el autor del presente trabajo, consiste en la emisión de datos, de manera que la forma y el contenido posibiliten al receptor sacar sus propias conclusiones. Debe favorecer la formación de una audiencia activa, que emita opiniones sobre los programas a elaborarse y así quitarle la condición de masa.

En El Salvador, al momento de escribir este trabajo, existen unas treinta y nueve universidades privadas autorizadas por el Ministerio de Educación. ¿Qué sucedería si cada una de esas instituciones tuviera su propia estación de radio?, ¿Qué contribución podrían dar a la cultura y a la educación de la sociedad salvadoreña?. Por el momento, ya hay dos emisoras universitarias, aunque tienen poco tiempo de funcionamiento, se deberá analizar su labor y particularmente, cómo trabajan en el área educativa para emitir una opinión objetiva sobre su papel cultural.

CAPITULO IV

ANTECEDENTES DE LA RADIO UNIVERSITARIA

Hasta hace poco, cuando alguien sintonizaba el dial de su receptor de radio, podía hallar una amplia gama de emisoras, hasta para niños; pero faltaban canales de comunicación universitarios.

La Universidad de El Salvador, a pesar de tener siglo y medio de existencia, nunca se interesó activamente en darle vida a esta forma de comunicación. Es más, en el tesario de la Biblioteca Central, sólo hay un trabajo que toca este tema. Realizado en 1972, se denomina "Factibilidad de fundación de la radio y televisión universitarias en El Salvador". Este proyecto pudo haber servido para llevarlo a la práctica, pero también en junio de ese mismo año la universidad fue intervenida por el ejército; cambiaron las autoridades y comenzaron los problemas al interior del campus.

El trabajo en cuestión, someramente bosquejó la posible instalación de la radio y televisión universitarias, dividiéndolos en estos apartados: a. Equipo técnico, condiciones materiales para instalar la radio, elementos necesarios para su operación y mantenimiento; b. Programación, contenidos a emitirse en los programas; C. Personal que laboraría en la radio, organigrama para su posible estructuración; d. Aspecto legal y requisitos para la respectiva autorización de la frecuencia, censura de los programas y leyes que en esa época regulaban el funcionamiento de la radio. Cada alumno de un grupo de la carrera de periodismo, tocó un aspecto de los mencionados anteriormente. Cabe citar que ya antes había planes, para instalar este medio, pero nadie le otorgó la debida importancia y quedaron archivados sin poder concretarlos.

Para confirmar lo anterior, se extrae un fragmento del trabajo mencionado, en la monografía que corresponde a la programación de la futura radio y televisión universitarias, realizado por Antonio Velado; en la página 17 dice: "La creación de la radio y televisión universitarias, no ha sido privativa de las máximas autoridades de la universidad. Más adelante en este trabajo, se habla de proyectos a ésta, viendo la radio y televisión universitarias no sólo como instrumento de comunicación informativo, sino también como instrumento docente como lo atestiguan los planes presentados por el director del Departamento de Periodismo, Cristóbal Humberto Ibarra, el 9 de marzo de 1967; plan de Emeterio Hidalgo, (.....) presentado el 27 de Octubre de 1967; de Omar González, 12 de febrero de 1969; finalmente proyecto de Leonardo Heredia, locutor, en el año de 1971. Hasta el momento ninguno de esos planes han sido aprovechados por la universidad. Están archivados en el Departamento de Periodismo".

Es bueno darse cuenta que hubo gente, con la inquietud de materializar un canal de comunicación, al servicio de la comunidad universitaria y que proyectara todo el conocimiento científico a la sociedad. En esa misma obra de Antonio Velado se mencionan algunos obstáculos que tenía el proyecto, principalmente el desinterés de las autoridades del Alma Mater. Ya había ensayos previos, que perfilaban tales medios no sólo para informar, también como "instrumento docente". Aquí se reconoce el valor pedagógico que puede y debería tener una emisora universitaria. Se recalca este aspecto pues, resulta invaluable la contribución que podría dar una institución universitaria, por medio de la radio, al quehacer educativo de un país.

El licenciado René Contreras, uno de los miembros del grupo de estudiantes de periodismo, responsables del estudio de factibilidad, expresó en una entrevista que: "Dos fueron las limitantes que impidieron darle vida al proyecto. Una se debió al cambio de autoridades en la universidad y la otra fue la intervención que sufre el recinto universitario. La consecuente crisis por destrucción de equipo, clases en el exilio y otros factores, distanció bastante la posible concreción de la radio universitaria en 1972".

Sobre el contenido de ese trabajo, hay que considerar la fecha de su realización y las condiciones de ese tiempo. En el área técnica, no se dice nada de la frecuencia modulada, porque las radios únicamente operaban en amplitud modulada. El FM lo utilizaban para el enlace de la señal, con los transmisores situados en el Volcán de San Salvador. Por eso no se menciona para nada, sobre una posible operación de la emisora en frecuencia modulada. Solamente se describe el equipo técnico y la posible distribución de la antena y otros materiales.

Sobre los requisitos legales, hay varios considerandos para disponer de la autorización de la frecuencia, la ley de imprenta y lo que solicitaba el Ministerio del Interior. Sin embargo, la mayoría de estos

requisitos ya no son aplicables para el presente o se aplican a medias algunos literales de un reglamento de 1945. Se preveía que la radio universitaria tendría libertad para emitir sus mensajes sin mayor censura y sin presiones en el lado comercial. Sin anuncios de publicidad.

Aparece una descripción del personal y la programación intentaría cubrir a casi todos los sectores de la sociedad, desde jóvenes, empleados, amas de casa y varios programas informativos.

El modelo de programación ideado por los estudiantes de periodismo, sería "para todo público". en la mañana se suponía que iban a ser los campesinos y la gente de sectores populares, los primeros en sintonizar la radio; a esa hora se programarían rancheras. A continuación seguirían los noticiarios, incluyendo informes sobre las actividades dentro de la Universidad Nacional. Entre los espacios de noticias, habría música variada y recomendaban una programación amena, para mantener el interés de los oyentes. No se detallaba ningún programa en particular, sólo se exponía un ligero esbozo de la posible programación. Los demás apartados no aportan mayores datos para el presente estudio.

Se intentó obtener información de los antecedentes en otras universidades, pero no se pudo recabar mayores datos. Puede considerarse el proyecto de la UES, de 1972, como el único antecedente de la radio universitaria.

En la actualidad, correspondió a las universidades privadas: Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA) y Tecnológica (UTEC), ser las pioneras en experimentar con esta forma de radiodifusión. Más adelante, en el presente trabajo se dará en detalle los programas que transmite cada emisora, sus objetivos y la concepción que tienen sus encargados, acerca del rol de una radio universitaria.

CAPITULO V

RADIO YSUCA

1. Aspecto Técnico de la YSUCA, la radio de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (U.C.A)

Esta radio universitaria, ocupa en el dial —en AM— el sitio que antes correspondió a la Radiocadena Libertad, propiedad de la familia Duarte. YSUCA, comienza a transmitir el 11 de noviembre de 1991, con el lema: "La Voz con Vos". Actualmente, se puede sintonizar en tres frecuencias: 1420 kilociclos en amplitud modulada, para la zona central del país; 91.7 megaciclos en frecuencia modulada, para la zona occidental; 89.3 megahertz (FM), para el oriente del territorio nacional.

Aunque tiene repetidoras, las emisiones radiales no llegan a todo el país. Ninguna de las emisoras que existen al momento tiene cobertura total y esto obedece a factores geográficos. Hay zonas donde la señal de radio se debilita o se pierde del todo. Por ejemplo, el transmisor en AM de la YSUCA supuestamente cubre San Salvador, pero hay partes del departamento como Cojutepeque, donde no entra la señal y así pasa con otros lugares. Sin embargo, a pesar de inconvenientes técnicos como el citado, la potencia de la emisora le permite alcanzar las ciudades principales y buena parte del territorio nacional.

En cuanto al poder de los transmisores, los que están en Santa Ana y San Miguel tienen 0.5 kilovatios cada uno. El de Occidente está ubicado en el Cerro Santa Lucía y tiene las siguientes coordenadas: 89o W. 35' 10" - 13o N 58' 43". En San Miguel, la antena está localizada en el Cerro El Pacayal y las coordenadas no fue posible obtenerlas, pues la información no estaba disponible en ANTEL. Se había

perdido el listado. En la zona central, la antena está situada en las instalaciones de la UCA y opera con una potencia de 2,500 Watts. Ver en el anexo #3 un esquema sobre la forma de transmisión.

2. Origen de la emisora

Según el director de programación, Sr. Walter Raudales, el objetivo de la emisora es "cultural-universitario. Intenta llevar cultura y entretenimiento a sus oyentes". Durante dieciséis horas de transmisión brinda música variada, en español.¹²

Al momento de realizar este trabajo, la radio casi no cuenta con anuncios, aunque de parte de sus conductores, hay interés por lograr obtener patrocinadores y comenzar a ser autofinanciable.

La programación de la radio tiene espacios informativos, de entretenimiento y los dirigidos a llenar el aspecto religioso. No debe olvidarse que es una institución católica, que está a cargo de la congregación jesuita. Por lo tanto, el objetivo de la radio está íntimamente ligado a los propósitos de la universidad: "La UCA pretende el cambio social y es el cambio social el que configura su modo de ser universidad. Esto supone una politización, en sentido amplio, o más exactamente, una historización de la actividad universitaria... No se pretende únicamente el cultivo del saber por el saber o la formación de profesionales en y por sí misma, sino el cultivo de la realidad nacional y la formación de aquellos que pueden contribuir a que esa realidad sea mejor, más justa y racional".¹³

La programación de la radio es coherente y responde a lo anteriormente citado. Quienes están a cargo de este medio de comunicación, tienen muy claro su objetivo. En esto se notará una gran diferencia con la otra radio universitaria.

Para comprender mejor la radio de la UCA, hay que conocer primero la institución a la cual pertenece y el concepto que ahí se tiene de la educación universitaria.

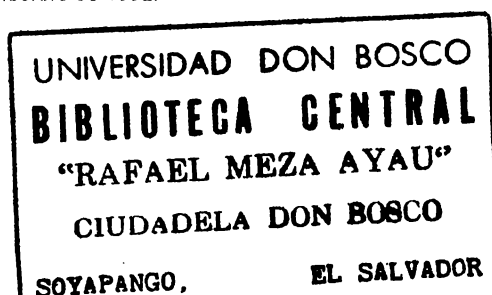
El 15 de septiembre de 1965 se efectuó la inauguración de la universidad, en un teatro de San Salvador.¹⁴ Originalmente la UCA funcionó en las aulas que le proporcionaron los salesianos, en Don Rúa. Con el tiempo y gracias a donaciones, se trasladó al local que ocupa actualmente. Tuvo una rápida expansión y la matrícula de alumnos aumentó año con año. En 1970, las autoridades de la UCA definen su principal objetivo, "Una universidad al servicio de las mayorías necesitadas del país".¹⁵ Este

12. Entrevista con el señor Raudales, fecha 10 de febrero de 1992.

13. Universidad y Sociedad, UCA, Pág. 187.

14. Ob. cit. Pág. 67

15. Ob. cit. Pág. 68



condicionamiento incluirá por supuesto, la labor de los medios de divulgación de la UCA.

Los acontecimientos políticos en El Salvador, han afectado duramente la función de esta universidad católica, dirigida por la Compañía de Jesús. Ha sufrido daños en sus instalaciones, asesinato de seis religiosos y a pesar de todo ha seguido adelante con relativa normalidad.

A finales de 1991, la Vicerrectoría de Proyección Social incluye como otra de sus unidades, la creación de la radio universitaria. Aparece luego de una gran dinámica en el campo de los medios informativos, cierta libertad de expresión y el surgimiento de varios programas de noticias que se disputan los mayores niveles de audiencia.

A partir de mediados de los años ochenta, con la fundación de canal 12 y su noticiario, se dio un gran impulso para nuevos espacios informativos. También la carrera de comunicación y ramas afines ha tenido un gran auge. El conflicto en plena efervescencia motiva mayores necesidades de recibir información y comunicar los hechos que interesan a la sociedad. El medio radial, debido a su rapidez, siempre ha estado a la vanguardia en el traslado de noticias.

La creación de una radio, en la Universidad José Simeón Cañas (UCA), "corresponde a una inquietud del Padre Ignacio Ellacuría", religioso asesinado en el interior de la universidad, junto a cinco de sus compañeros jesuitas y dos domésticas; en noviembre de 1989." A juicio de él, en este país se necesitaba de una radio, en la cual se potenciara la dimensión educativa. Pensaba que la UCA podía tomar esa responsabilidad, al contar dentro de su campus con una emisora propia".¹⁶

En la UCA, hay gran producción de documentos escritos, está la revista ECA, con comentarios de la realidad nacional. Existen publicaciones para determinadas especialidades, revistas de psicología, de administración de empresas, taller de letras; pero a este caudal de conocimientos no tienen acceso las mayorías. La universidad no puede llegar al grueso de la población, mediante esos escritos. Necesitaban de un medio más ágil, con mayor poder de penetración y fácil de entender. El canal idóneo era la radio.

La posición ideológica de la universidad moldea la programación y el objetivo de la radio. El contenido de los programas no va destinado para minorías, por ejemplo, estudiantes universitarios. El público meta de la emisora —así lo han tipificado los conductores de la UCA— son "las mayorías". Intentan llegar al estrato más amplio de la sociedad, gente que ni siquiera sabe leer y al resto de capas populares.

16. Entrevista con el director de YSUCA, Lic. Carlos Ayala, 10 de febrero de 1992.

Las personas con un nivel mayor de conocimientos, pueden hojear la revista ECA o cualquier otra revista de la universidad; pero los programas de la radio no están diseñados para este sector. Lo cual no implica la ausencia de contenidos para ellos. Hay espacios como "Flor y Canto, raíces de nuestra tierra" y "Análisis literario"; requieren cierto nivel académico para entenderlos. Asimismo, la música es del género "de protesta", grupos como Inti Illimani y su canción: "El pueblo unido", Guaraguao, Silvio Rodríguez, Pablo Milanés y otros del mismo estilo. Se incluyen segmentos de música variada, pero prevalece el anterior.

Es cuestionable el tipo de audiencia, o más exactamente, lo que ellos definen como "mayorías populares". Si se le da una connotación política, gente adepta a ideología no conservadora, es probable que se conviertan en radioescuchas. Sin embargo, la gran mayoría de la población posiblemente carezca de una opción política definida y no les atraerá ese tipo de contenidos. Depende de la acepción que reciba el término "mayorías". De cualquier forma, la YSUCA es una radio universitaria concebida primordialmente para un oyente no universitario.

En una entrevista con el director de la radio, Lic. Carlos Ayala, él definía la posición de la YSUCA, de esta forma: "Somos una radio universitaria, pero no para universitarios. Es importante. Queremos poner todo el hacer de la universidad, capitalizar ese producto científico, llevarlo a un lenguaje radiofónico y ponerlo al servicio de las mayorías. Esas mayorías que a veces, no terminan ni la educación básica o permanecen en un estado de analfabetismo. Somos una radio universitaria, pero para el pueblo salvadoreño". Esta afirmación provee un perfil, que las autoridades de la universidad han trazado para su radio. De entrada se aclara que no es una radioescuela. Los alumnos de la carrera de Comunicación no participan para nada en la realización de la programación.

Se aduce que los estudiantes podrían dificultar los objetivos de la radio y que ellos tendrán sus equipos que servirán para sus prácticas, ajenos a las labores de la YSUCA. Esto es debatible, sin la instrucción adecuada, quien trate de operar la cabina de una emisora va a cometer errores. Sin embargo, ya de por sí los medios de comunicación en general, son bastante reacios en admitir alumnos de periodismo, comunicación o cualquier rama similar y resulta difícil poder armonizar los estudios de comunicación con un trabajo en cualquier medio. Entonces, ya que la universidad dispone de un canal propio de información, ¿Por qué quitarle la posibilidad de expresarse a los estudiantes universitarios? Ellos también deberían tener su cuota de participación en una radio universitaria, ¿Por qué marginar de la emisora a quienes con el tiempo, resultarán ser el producto de la labor educativa jesuita en la UCA?

Con la orientación debida, también el educando podría participar, no sólo con un programa, sino proponiendo modelos de programación, acordes con los lineamientos básicos fijados por los dirigentes

de la universidad. El sector estudiantil con seguridad tiene inquietudes, opiniones, sugerencias para el mejor funcionamiento de su Alma Mater, en fin, hay una gran cantidad de temas que pudieran abordarse; con la participación del estudiante universitario. Es importante señalar que la universidad no consta únicamente de los profesores, de una junta de directores y una filosofía de enseñanza rígida. También la comunidad de alumnos son un parte esencial, por no decir quizá lo prioritario, de un todo llamado: Universidad.

El medio radial universitario, debe ser precisamente un canal para lograr una verdadera comunicación social y no un medio de incomunicarse al interior de la universidad. De lo contrario, se cae en la verticalidad del mensaje, el emisor piensa de un modo determinado y el receptor es incapaz de mandar una retroalimentación a lo que recibe. "Radio universitaria para el pueblo", de acuerdo, los estudiantes son parte del pueblo y deben tener "voz" para elaborar mensajes, como resultado de un consenso de la institución universitaria. Los contenidos deberían reflejar de alguna manera, el sentir de directivos, profesores y educandos trabajando unidos en un nuevo esquema de radiodifusión. La ideología de los propietarios del medio es algo que en la mayoría de casos, no puede obviarse. Afecta la información, los datos, pero en determinados programas se podría abrir micrófonos para el debate, permitir la posibilidad de disentir y de la confrontación de ideas que salgan conceptos nuevos; pero más apegados a la realidad del pueblo salvadoreño. Que todos puedan ofrecer un segmento de la realidad tal como la perciben y descubrir cómo el conocimiento recibido puede permitir al individuo transformar positivamente esa realidad.

Apartar al alumnado del quehacer de la radio, es quitar una parte valiosa de la universidad, para dejar al emisor como un ente incompleto y condicionado por la censura del medio. Además, limita las experiencias prácticas de un laboratorio radiofónico, no hay que subestimar la idea que por momentos, la radio forme parte del proceso formal del aprendizaje y beneficie primeramente a los futuros comunicadores sociales.

En el caso en estudio, el director de la radio YSUCA, mencionó que los programas de ellos son "culturales, educativos, pero accesibles a las mayorías". Añadió que trataban de manejar un lenguaje de fácil comprensión, especialmente en los comentarios que a diario hacen de la realidad nacional. Sin embargo, esto representa un desafío, expresó el director, referirse a los fenómenos sociales, políticos y enfocarlos con palabras sencillas, para que la gente comprenda. "El reto es ese, hacer una radio universitaria para el pueblo salvadoreño", manifestó el Lic. Ayala. Obviamente, los contenidos de estos programas hacen alusión a la cultura popular y a una educación, pero no de tipo universitaria.

Resulta conveniente, para ir profundizando en el análisis de las radios universitarias, definir los

términos cultura y educación. En la obra *Pedagogía, Temas Fundamentales*, de Luis Arturo Lemus, define educación así: "viene del latín *educare*, criar, alimentar, nutrir y de *educere* (*ex ducere*) conducir, llevar, sacar fuera. Indica una acción de afuera hacia adentro, nutrir y guiar, extraer de adentro hacia afuera, es decir desarrollar. La actividad educativa es un doble juego de acciones, primero una función nutritiva, espiritual, lo suficientemente acentuada como proceder luego a una acción que estimula, guía y que es direccional".

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua, proporciona el siguiente concepto: "Educación" Acción y efecto de educar. Crianza, enseñanza y doctrina que se da a niños y jóvenes".

Se podría emitir un juicio de valor sobre el tipo de educación, en el sentido de si es positiva o negativa para el individuo y la sociedad en la cual vive. Dado que el ser humano posee una enorme capacidad de aprendizaje, constantemente adquiere conocimientos y no siempre la educación recibida tiene un sentido positivo o beneficioso. Un individuo con una escala de valores baja, aprenderá métodos y técnicas para lograr su objetivo sin importarle el daño que cause a otros. Tal es el caso de los miembros de las agrupaciones conocidas como "maras", ellos se educan en un sistema de antivalores, chocan, se oponen a la sociedad y la educación obtenida ahí no va por el camino de la socialización.

Otra palabra que ambas emisoras mencionan frecuentemente, es *cultura*, por lo consiguiente hay que definir su significado. El Diccionario Porrúa de Pedagogía, lo define en esta forma: "Cultura: la idea de cultura es inseparable del concepto de educación. La cultura comprende la tecnología material (instrumentos, equipos, habitación, etc.) la organización social con sus normas e ideas de valor (tradiciones y costumbres) la religión y la representación del mundo, la ciencia, las artes, el juego y cualquier otro aspecto característico que distingue a un grupo humano de otro".

La cultura es un término que engloba a un amplio universo, es casi todo el quehacer humano y por cambio educación se refiere a una actividad más concreta, una labor que desarrolla las facultades de la persona, le instruye para luego guiar por el sendero adecuado. Por supuesto, aquí se toma la palabra educación, dándole un sentido positivo, como un proceso que contribuye al bienestar de la sociedad y de la misma persona.

Una radio universitaria, por pertenecer a un centro de educación superior, se presume que prestará gran atención al área educativa. Esta va ligada, tal como lo confirma la definición, a lo que es cultura. Ahora bien, existen diversos tipos de educación y el hombre desde que nace vive aprendiendo cosas. Las experiencias de la vida, duras en muchas ocasiones, le obligan a desarrollar respuestas para poder sobrevivir y alcanzar las metas que se haya trazado. Esto forma parte de una educación permanente, la

cual complementa la educación formal, ahí está incluida la universidad.

Los medios de comunicación son un factor más de la educación. Desde corta edad los niños miran la televisión, las caricaturas, pueden leerlas también en los diarios y ahora ya hay una radio dirigida, específicamente al público infantil. A medida que el individuo va creciendo, continúa recibiendo los mensajes de los medios que hasta lo llevan a cuestionar a sus mayores.

El autor Wilson Key hace alusión a lo anterior, en su obra "Seducción Subliminal". Literalmente dice: "Por lo general, su omnisciencia -refiriéndose a los jóvenes- aparece como producto directo de los medios de comunicación y del alto nivel de saturación que han experimentado en dichos medios desde su infancia. Estos le han enseñado más de lo que otra generación ha sabido, dándoles mayores adentros en la verdad, cualificándoles para que corrijan, disciplinen y critiquen a sus mayores". Los jóvenes reciben una inmensa cantidad de contenidos a través de los medios y esto les permite poder cuestionar su entorno.

A diario hay un bombardeo de datos de información, pueden ser de índole publicitario, para inducir a la compra de un producto, podría tratarse de noticias de sucesos nacionales, contenidos para distraerse y utilizar el tiempo de ocio, finalmente en último lugar aparecen los espacios destinados a la función educativa. ¿Por qué los relegan a un plano secundario?

En el caso particular de la radio, la mayoría de emisoras tienen un interés comercial, quieren recibir lucro. Vender espacios para publicidad representa la supervivencia de un medio y el estudiante de comunicación no puede ignorar esta realidad, de hecho, como toda persona también él está sujeto al sistema económico imperante. Conocer el juego de la oferta y la demanda es parte de su formación como profesional y de la llamada educación permanente. De lo contrario, el porvenir resultará incierto y no es posible llenar otras necesidades, si la propia existencia no está asegurada.

Las radiodifusoras, como la mayoría de estaciones comerciales, han descuidado la función educativa y se concentran en obtener anunciantes. No se les puede señalar mucho este afán, pues se trata de sociedades anónimas. Su principal móvil es lograr ganancias para su propietario, si no rinden utilidades cierran. Lo erróneo de este proceder, radica en que el medio subordina los espacios culturales y los deja relegados a un último lugar. Todo va en función de los comerciales. Por ejemplo, las emisoras con mayor audiencia, inundan la programación con gran cantidad de anuncios y cansan al oyente que prefiere cambiar la estación, aburrido de tanta publicidad mal distribuida.

Habría que responsabilizar en parte al gobierno, porque no hay un organismo encargado de vigilar el contenido de la programación y mucho menos de vigilar la cantidad de anuncios. En el Ministerio del Interior, antes había un Comité de Ética Radial, pero se suprimió. El señor Gonzalo Velásquez, empleado de dicho ministerio, evaluador del espectáculo público, radio y televisión, dijo en una entrevista que no poseen recursos suficientes para supervisar los contenidos radiales. "Queda a opción del empresario el decidir lo que programa, siempre que no sea ofensivo o programas de charlatanería".

El resultado es una falta de control gubernamental sobre los medios de comunicación, al menos en cuanto a leyes que regulen efectivamente, la calidad de los programas y el mantenimiento de la cultura nacional. Las sanciones se aplican al locutor que se expresa de modo irrespetuoso para el público, no van contra la empresa radial y en el caso de la charlatanería, curanderos que ofrecen remedios para cualquier mal, ahí sí interviene el ministerio y suspenden el programa.

Puede apreciarse que hay un gran vacío en el plano cultural, no hay un organismo que se ocupe de pedirle a las radios, que en medio de tanta publicidad, hayan segmentos para brindar educación a la gente. Por lo tanto, se requiere de un nuevo estilo de radiodifusión, que piense más en la cultura del radioescucha.

La radio de la UCA pretende llevar "contenidos que inviten a la formación de una conciencia comprometida en la gente". Al preguntarle a qué se refería específicamente, el director de la radio respondió que: "La universidad hace hincapié en el cambio social. Significa un compromiso de las personas, a asumir un papel protagónico en su vida, que la gente se comprometa con sus problemas tanto personales como sociales", explicó.

3. La YSUCA y su función educativa

¿Cómo perciben su papel las autoridades de la radio, en cuanto a llevar educación al oyente?. Es importante saber el significado que ellos, los encargados de la emisora, le dan a la palabra *Educación*, porque de ahí se origina el modelo de programas, el cual supuestamente permitirá educar a su auditorio.

Concepto de Educación, según el director de la radio

El Licenciado Ayala dijo sobre educación lo siguiente: "Nosotros nacemos, una radio educativa para las mayorías populares, radio universitaria para las mayorías populares y cuando hablamos de un área educativa, no debemos reducirla a saber leer y escribir. Educación es generar conciencia crítica. Alguien puede saber mucho y no saber pensar, lo uno no supone lo otro. Una persona educada es aquella que

sabe enfrentarse a la realidad, que puede transformarla, lo verdadero sabe distinguirlo de lo falso. La educación no sólo son contenidos. En la YSUCA, queremos darle a la gente elementos de juicio para que pueda pensar. Enseñar las letras es bueno y debe hacerse, pero no es lo fundamental del proceso educativo".

Acorde a la definición que dio el Lic. Ayala, puede entenderse el tipo de educación por el cual han optado. No es educación formal, en el riguroso sentido del término. Según el Diccionario de Pedagogía de Paul Foulquié, en la página 149 dice: "Educación formal: sistema educativo tendente no tanto a la adquisición de conocimientos, como a la formación del hombre". Se trata de un sistema y el Diccionario Larousse define esa palabra así: "Sistema: combinación de partes reunidas para obtener un resultado o formar un conjunto. (sin. enseñanza)". Los resultados de la educación formal no se obtienen al instante. Es a largo plazo. Hay que diferenciarla de instrucción. Según el Diccionario de Pedagogía ya citado, instrucción consiste en: "Acción de instruir, es decir comunicar unos conocimientos y de formar la inteligencia". (página 250).

Con la instrucción, sí puede esperarse llegar a los objetivos deseados rápidamente. En el caso de la alfabetización, esta puede o no ser parte de la educación formal. Si es una campaña solamente para enseñar a leer y escribir, caería en el terreno de la instrucción. Si es parte de todo un sistema educativo en el cual participa un individuo, entonces se habla de educación formal.

En el terreno de la educación no formal, los resultados son a corto plazo, se intenta llenar una necesidad rápidamente, por ejemplo, aprender un oficio para poder trabajar en un taller y ganar dinero pronto. La instrucción recibida se pretende que rinda frutos para cubrir una necesidad presente. En la radio YSUCA quieren educar al oyente para "saber pensar", conforme a la realidad del momento. Quieren motivar al escucha para que reflexione sobre las circunstancias actuales de su entorno y generar una "conciencia crítica". Por lo tanto, puede afirmarse que el aspecto educativo en esta radio es del tipo no formal o permanente. Los contenidos no siguen el orden de una escuela sistematizada.

Los medios de comunicación pueden contribuir a la educación de la persona y de hecho, ejercen una influencia que no puede ignorar el sistema educativo formal. "El proceso educativo no se agota en la educación formal, ya sea escolar o universitaria. Esta se realiza también y de un modo aún más efectivo, a través de los medios de comunicación que influyen tanto sobre la población escolar, como sobre la población adulta que ya ha concluido su ciclo de educación formal"¹⁷.

17. La Información en el Nuevo Orden Internacional.
Editado por Fernando Reyes Mata, página 8

La gente aprende de los mensajes de los medios de comunicación, aún los que ya terminaron su aprendizaje sistemático, reciben una gran cantidad de conocimientos gracias a esas fuentes. La radio es un medio que también educa a sus oyentes, puede facilitar una solidaridad social o puede llevarlo a cuestionar la sociedad en que vive. Esto en cierto modo es positivo, para que se vayan buscando mejores maneras de lograr una armoniosa convivencia y alcanzar progreso para la mayoría.

La radio universitaria puede informar sobre nuevas tecnologías que interesen a los ingenieros, puede organizar debates para buscar solución al problema de las "maras" y no quedarse conforme frente a tantas situaciones que demandan respuestas en el terreno científico, profesional y en general, hallar caminos que permitan lograr mayor bienestar para la sociedad salvadoreña. Esto es parte de la responsabilidad social de un medio de comunicación social universitario.

Organización interna de la Radio YSUCA

Es poco el personal que labora con la radio, básicamente es un equipo de trabajo, en donde cada integrante se encarga de un área determinada y en conjunto diseñan las actividades futuras o posibles mejoras para la radio. Ver en anexos un organigrama de la estructura administrativa, en la página 4.

La máxima autoridad de la emisora es el Vicerrector de Proyección Social, actualmente desempeña ese cargo el Padre Rodolfo Cardenal. A continuación en el orden jerárquico sigue el director, el Licenciado Carlos Ayala, filósofo, que además ejerce la función de jefe de prensa. Se reúne con los reporteros y con los encargados de las demás áreas para planificar las labores.

Según lo explicó en una entrevista el director, hay una persona responsable de cierto aspecto en particular, pero evitan llamarlos jefes de departamento, porque no tienen gente bajo su mando. Hay un encargado de administración, de programación, de producción, de mantenimiento y el responsable de prensa que es el mismo director. El que más subordinados podría tener es el encargado de programación y el director, que sesiona con los reporteros para elaborar los noticiarios y preparar los comentarios del acontecer nacional. En los demás puestos sólo hay una persona a cargo de la función.

La radio está considerada como una parte más de la Vicerrectoría de Proyección Social y por el momento, el mantenimiento de la emisora depende de ayudas internacionales. Hay proyectos para obtener patrocinadores de diferentes programas y lograr volverla autofinanciable, al menos en un cincuenta por ciento. No obstante, el director expresó que van a vender espacios con criterio definido. "Se buscarán patrocinadores, pero guardando el perfil de la radio, no se venderán espacios a diestra y siniestra, porque es una estación cultural y carece del afán comercial de otros medios".

3.3 Análisis de la programación

La programación de esta radio se ha dividido para su análisis, en tres grandes apartados: música, noticias y programas culturales-educativos. Se tomó como muestra un día de la semana, el miércoles, para representar gráficamente en el anexo#5 el contenido de dieciséis horas de programación.

La YSUCA transmite de seis de la mañana hasta las diez de la noche. La música consume la mayor cantidad de tiempo, ocho horas con treinta minutos, más del cincuenta por ciento, con respecto al tiempo de programación. Le siguen los espacios culturales, con cuatro horas y cuarenta y cinco minutos. En tercer lugar, se ubican las noticias, consumen tres horas y veinticinco minutos.

La música es variada, tropical, salsa, romántica y pop en español. No se incluyen canciones en inglés y el género que predomina es del tipo latinoamericano o música de "protesta". Los intérpretes que más programan son: Silvio Rodríguez, Pablo Milanés, Mercedes Sosa y grupos como Inti Illimani. A este tipo de música le denominan "Nuevo canto", relata historias de explotación, de clases opuestas, de solidaridad con los pobres y "protesta" por las injusticias que ellos sufren. También hay canciones de grupos provenientes de comunidades salvadoreñas, de repobladores como los de la Comunidad Segundo Montes. Ellos le cantan a temas como la firma de la paz, la unidad del pueblo frente a la adversidad y tópicos afines.

En cuanto a los programas culturales, también son variados, producidos en la radio y de origen extranjero, como el microprograma "Caminos". Este es producto de la cooperación internacional a través del PEC (Programa de las Naciones Unidas para Centro América) "Caminos" es un espacio cultural muy interesante, trata asuntos vinculados a la problemática regional. Para mencionar unos cuantos: la desnutrición, el analfabetismo, contaminación ambiental, la escasez de agua y otros que afectan a la zona centroamericana. En los radiodramas culturales, varían los programas, pueden ser "Cantos de Vida", "Noticias de última hora", micro radionovelas u otros, siempre con mensajes de interés social.

De los espacios nacionales, que también llaman la atención en el área cultural, es "Micrófono 14-20". La Revista Matinal de YSUCA tiene música, comentarios de las noticias nacionales e internacionales y el oyente puede comunicarse a la radio para dar opiniones o sugerencias. Esto le sirve de retroalimentación al locutor que está en cabina y motiva a otros oyentes para que llamen a la emisora. Es un programa muy ameno y orientado mayormente a una audiencia juvenil, el tono no es tan serio como en otros espacios, sin perder el carácter básico de la radio. Es decir, se siente que es una emisora universitaria, con temas culturales, religiosos y otros para entretenimiento.

Existen programas bastante serios, para un público formal que le interesen cuestiones literarias, para el caso la poesía. A este tipo de radioescuchas van dirigidos los programas: "Flor y Canto, raíces de

nuestra tierra" y "Análisis literario, una puerta al mundo de las letras".

"Flor y Canto", combina la lectura de poemas con canciones principalmente de "protesta". El estilo de poesía no es convencional, no se trata de romance o poesía bucólica, son fragmentos rimados, pero relacionados con la situación de El Salvador. En uno de esos programas, alguien que afirmó haber combatido durante la guerra civil, leyó una serie de poemas que él había hecho. Los versos eran sobre la muerte de los jesuitas y mezclaba parte de lo acontecido, hechos reales con figuras literarias.

"Análisis literario", es un programa que intenta educar al oyente, para un mejor aprovechamiento de la lectura de obras, por ejemplo: La Odisea. El responsable del programa, lleva al oyente poco a poco a comprender la estructura interna y externa del texto que se va leyendo. Aquí el locutor incursiona un poco, en la educación formal, pues va desarrollando un modelo sistemático para la comprensión de una obra literaria y hasta ofrece material escrito, para estudiar con mayor claridad el texto en cuestión. Este programa lo transmiten los días lunes y viernes, de 7:30 a 7:45.

Hay espacios con temática diversa, en este rango se ubica el programa: "De casi todo para casi todos", producido por Francisco Andrés Escobar. Como su nombre lo indica, lleva contenidos que pudieran interesar a la mayoría de oyentes. Algunos de los temas tratados han sido: los sueños, el asesinato del Papa Juan Pablo I y programas especiales sobre la paternidad.

En lo que concierne a mensajes religiosos, se les ha considerado parte de los programas culturales, aunque lo estrictamente espiritual consume cuarenta minutos diarios de programación. Consta de microprogramas de reflexión cristiana, el Angelus y "La Voz de Monseñor Romero". Al iniciar la transmisión y finalizar, se ubican los espacios de "Reflexión cristiana", con una duración de cinco minutos cada uno. Ningún programa religioso excede tal lapso.

Si bien el Angelus y la "La Voz de Monseñor Romero", llevan un propósito espiritual, acorde con la religión católica, también van enmarcados por los lineamientos de una corriente llamada Teología de la Liberación. Esta junta fe y política para aplicarlos en una relación de opresores versus oprimidos.

En "La Voz de Monseñor Romero" pasan fragmentos de las homilias pronunciadas por el obispo, muerto a tiros mientras oficiaba una misa en un hospital para cancerosos. Los mensajes son fuertes críticas al gobierno de aquel tiempo y en ellos, Monseñor denunciaba la situación de injusticia que padecían los pobres. Se incluyen diez minutos de canciones religiosas, poco tiempo antes de finalizar la audición rutinaria.

Los noticiarios de la estación YSUCA.

En esta emisora se le concede gran importancia a los espacios informativos. Hay tres audiciones principales del "Noticiero YSUCA", una de 6:30 a 7:00, la segunda de 12:30 a 1:15 y la edición estelar, de 9 a 9:50 p.m. Además de lo anterior, en el programa "Micrófono 14-20", se comentan noticias de los periódicos y durante la tarde hay boletines con informaciones breves, con cinco minutos de duración.

Tal como lo afirmó el director, antes de dar lectura a las noticias, se hacen comentarios de la realidad nacional y ahí exponen "el sentir de la radio universitaria YSUCA". Debe considerarse muy positiva la inclusión del editorial dentro del noticiero, porque una de las funciones de un medio de comunicación social radica en ofrecer orientación a su público. Es interesante también darse cuenta de la valoración que el medio hace de los hechos que afectan a la sociedad.

El autor John F. Newman, en el libro "Periodismo Radiofónico", cita seis razones en apoyo de editorializar, a través del noticiero radial (Páginas 137 a 139). "Uno. La expresión de una opinión acerca de los asuntos del momento puede considerarse como un servicio al público. Los radioescuchas tienen derecho no sólo a conocer los hechos, sino también las opiniones, sobre el significado de los sucesos relatados en los noticiarios.

"Dos. Los periódicos no deben tener el monopolio de la función de contribuir a la formación de la opinión pública. El periodismo radiofónico debe participar también en esa función.

"Tres. Editorializar puede contribuir a que aumente el auditorio de la estación. Al público le agrada leer y escuchar opiniones sobre asuntos de actualidad. Los directores de algunas estaciones creen que editorializar beneficia a su negocio. Tener más radioescuchas dará por resultado mayor venta de anuncios. Los programas editoriales generalmente no incluyen anuncios pagados, pero con frecuencia los patrocinadores desean comprar tiempo de anuncio que esté próximo al de los editoriales. A esos espacios se les llama adyacentes.

"Cuatro. La difusión de editoriales generalmente aumenta el prestigio de la estación, en opinión de la comunidad. Los ciudadanos admiran a las personas o a las instituciones que expresan determinada opinión, aunque no siempre estén de acuerdo con la misma.

"Cinco. Editorializar permite a la radio alcanzar mayor estatura, como medio de comunicación con las masas. Muchos consideran que la radiodifusión es sólo una fuente de entretenimiento.

"Seis. La radio es un medio eficaz de editorializar. Algunos altos funcionarios de la radio creen que tiene aún más influencia que los periódicos en la difusión de opiniones. Llega a gente que no sabe leer. En algunos países, los editoriales de los periódicos se leen menos que la página deportiva o que la página de tiras cómicas. La radio tiene asimismo la ventaja de poder repetir un editorial breve varias veces al día. La palabra hablada es más convincente que la palabra escrita".

El autor también expone lo que sería "el reverso de la moneda", seis razones de quienes se oponen a incluir editoriales radiofónicos, (Ver páginas 139 y 140). Siempre del mismo libro: "Periodismo radiofónico".

"Una. Afirman que las ondas pertenecen a todo el mundo. Sostienen que ningunos intereses especiales, como son los de los propietarios de una estación, deben emplear las ondas para sus fines.

"Dos. En muchos países, la radio tiene la reputación de ser un medio objetivo, que da las noticias en forma imparcial. Esa reputación padecería si las estaciones se convirtieran en abogados de opiniones sujetas a controversia.

"Tres. Hay ciertos indicios de que un porcentaje de radioescuchas no desea escuchar editoriales. Esos radioescuchas desean solo oír los hechos en los noticiarios. Se reservan el derecho de formarse sus propias opiniones respecto a asuntos importantes.

"Cuatro. Algunas personas ponen en tela de juicio el punto de vista de los propietarios y directores de las estaciones de radio. Como hombres de negocios que son, podrían mostrar la tendencia, según se afirma, a expresar opiniones que representen las del grupo mercantil de la comunidad.

"Cinco. Los críticos de los editoriales dicen que los mismos no valen la pena, porque son muy breves y superficiales, en comparación con los editoriales de los diarios y las revistas.

"Seis. Si los editoriales se preparan y presentan en la forma debida, el costo que representan suele ser muy elevado. Se necesitaría personal adicional para reunir el material y redactar los editoriales. Si esa tarea se asigna al periodista, este podría objetar que ya tiene demasiado trabajo. Algunos creen que el tiempo podría emplearse mejor en la preparación de programas con base en los hechos como en los documentales".

Más adelante el mismo autor reconoce que al menos en los Estados Unidos, ha aumentado la tendencia a incluir editoriales y esa tarea se asigna a personal especializado en la materia. El autor del presente estudio cree que es conveniente y beneficioso que haya editoriales, en toda radio universitaria. Es más, todas las estaciones radiales que tengan noticiarios, deberían a la vez contar con espacios dedicados a editoriales. Esta es una parte valiosa del proceso llamado información, porque le permite al oyente modelar una opinión sobre los hechos acontecidos y es una manera de brindar educación permanente. El editorial ayuda a la formación de una opinión o producirá en caso contrario, que el escucha reflexione del porqué está en desacuerdo, cuando no coincida su pensar con la opinión del medio. De cualquier forma, esto ayuda a que el radioescucha reaccione y no se convierta en un ser pasivo, en el proceso de la emisión de datos.

Los editoriales radiofónicos pueden ser muy útiles para la audiencia, por ejemplo: En junio de 1992 se debatía en la Asamblea Legislativa, el proyecto que permitiría la entrada en vigor del IVA. Mucha gente no entendía cómo funcionaba ese impuesto y necesitaban ayuda para comprender los detalles. Ahí se requería de espacios para orientar al consumidor y que hicieran conciencia en los comerciantes para evitar abusos. Algunos medios, que cuentan con editoriales en su programación, prestaron un valioso servicio al oyente y de alguna forma contribuyeron a clarificar el panorama, sobre la aplicación de esa carga impositiva.

En la radio universitaria, los estudiantes de economía y otras especialidades pueden poner sus conocimientos al servicio de la audiencia. Ellos pueden hablar con mayor criterio y orientar en mejor grado a quienes la escuchan.

Una radio que presuma de universitaria, tiene la responsabilidad de orientar y tener una posición definida frente a lo que ocurre en la sociedad. La objetividad es un ideal que se persigue, al procesar las informaciones y esto no debería constituir un obstáculo para decidirse a editorializar. Lejos de eso, los reporteros deberán cuidar la imparcialidad en las noticias, pero al mismo tiempo hacer prácticas con el editorial. Cuestionar su entorno, con la prudencia debida y proponer soluciones, no solamente quedarse en la crítica de la situación.

En el caso de la YSUCA, ellos inician el programa informativo emitiendo sus comentarios del acontecer nacional, lo hacen desde una perspectiva ideológica bien marcada. A continuación, siguen los titulares de las noticias y luego se leen en detalle los hechos. El orden en que aparecen las informaciones lo determina su importancia, no es un esquema rígido, aunque tienen preferencia por ubicar las noticias nacionales primero y posteriormente las de otros países.

El noticiario se ocupa de las informaciones del país y las internacionales, pero no hay notas sobre deportes. Tal vez por falta de reporteros especializados en ese campo. No dan informaciones deportivas

de ningún tipo y de entrada descartan a buena cantidad de oyentes, que quieren saber de su deporte o equipo favorito. Quizá la ausencia de notas deportivas, también distancia a potenciales patrocinadores.

Se da cierta predilección a las noticias de sindicatos y asociaciones gremiales, lo que piensan los líderes de tales agrupaciones y voceros de los partidos de oposición. Además, reciben especial trato las noticias acerca del cumplimiento de los acuerdos de paz.

Sería interesante que también la radio universitaria publicitara las actividades culturales del Alma Mater. Aparte de los hechos de actualidad el concepto noticia bien podría abarcar conferencias, recitales y las labores de proyección social que se lleven a cabo en el interior de la universidad.

El director de la YSUCA, Lic. Carlos Ayala, dijo que los mensajes, difundidos por su emisora, "constantemente hacen hincapié en el cambio social" y manifestó estar complacido por los logros obtenidos. Siente que la cantidad de oyentes va en aumento, según el director hay tres métodos que les "hace sentir ese incremento en la cantidad de oyentes". Primero, las visitas que llegan al propio local de la emisora, llegan de sindicatos, de gremios, para denunciar problemas en las comunidades. En segundo lugar, los llamados por teléfono para pedir canciones, preguntar a personalidades invitadas y en tercer lugar está la correspondencia. "La gente escribe para dar sugerencias, para opinar sobre los programas como "Flor y Canto", para comentar algunas situaciones y próximamente planeamos tirar una encuesta para medir cómo está la radio actualmente".

Hay que señalar que las entidades que monitorean medios no se ocupan de este tipo de estaciones radiodifusoras, porque comercialmente no les interesan.

Con lo expuesto sobre la estación radial YSUCA, se aprecia que los directivos de la radio favorecen y apoyan una determinada línea de pensamiento. El contenido de los mensajes está orientado hacia una corriente ideológica y puede considerarse de tipo propagandístico. La definición de propaganda se ajusta a la clase de material difundido. "Puede definirse propaganda como el grupo de esfuerzos y estrategias de comunicación que tiene la intención de propagar una doctrina (filosofica, religiosa o política) o información dada. En muchas ocasiones es un tratamiento prejuiciado, con el objetivo de influir en la conducta o en las opiniones de la gente que recibe el mensaje. La propaganda tiene fines inmediatos, producir conductas o juicios en la gente". El concepto anterior fue tomado de apuntes de clase de Relaciones Públicas, ciclo VII.

La Gran Enciclopedia Rialp, en el tomo XIX, página 245, define propaganda política de la siguiente forma: "Se puede definir la propaganda política como un esfuerzo dialéctico para captar a un público dividido e indeciso, o para sustraerlo a la influencia de los rivales".

Acorde a los conceptos citados, puede afirmarse que la radio universitaria cumple la función educativa,

pero desde el punto de vista de la ideología jesuita. Todos los programas tienen un ingrediente para influir en el oyente a favor del "cambio social", es decir, la intención es propagar el modelo educativo jesuita. Recientemente ha surgido un espacio llamado; "Noticias de última ira". Es algo bastante creativo y una fuerte crítica al descubrimiento de América por parte de España. El programa es una supuesta narración desde el lugar de los acontecimientos por ejemplo: en un episodio, una periodista transmite en directo, la llegada de Colón a costa americana. A modo de sátira, se desarrolla el siguiente reportaje "a continuación, el gran almirante Cristóbal Colón va a pronunciar un trascendental mensaje, serán las primeras palabras de un español en suelo americano, la expectación que reina entre los presentes es grande". Entonces, una voz con acento ibérico dice: "Hey vosotros, dónde está el oro?". Al final un locutor cierra el programa con la siguiente frase: "Noticias de última ira, censuradas desde hace 500 años".

A grandes rasgos, la radio de la YSUCA puede afirmarse que cumple con las funciones básicas, de un medio de comunicación social. Informa, entretiene, orienta, educa y el área en que sí hay que señalar deficiencia; es el aspecto comercial, no cuenta con anuncios. Empero, si logra mantenerse subsidiada seguirá funcionando sin mayor problema. Lo ideal es que logre convertirse en autofinanciable, para que no represente sólo egresos para la universidad.

Hay que decir en el caso de la YSUCA, que en realidad tratan de hacer una radio con programación cultural y la experiencia educativa, más de veinte años de labor docente, de alguna manera se refleja en el quehacer radiofónico de esta emisora. Informan, con tres noticiarios principales y avances sobre hechos de interés. Entretiene, música variada en español que el oyente puede solicitar; orienta hacia una posición ideológica como cualquier otro medio y la educación es permanente, con programas culturales importados o nacionales producidos en los estudios de la radio. Ver el Anexo #4, la programación regular de la radio.

Capítulo VI

Radio Utec

1. Datos técnicos

YSMS (Radio Utec) funciona en la frecuencia de los 970 kilociclos en amplitud modulada (AM), sus estudios se encuentran en el quinto piso del edificio número uno de la Universidad Tecnológica.

La emisora utiliza en el dial, la frecuencia que originalmente perteneció a Radio Centroamericana, después Telesistema la compró y le cambió el nombre a Radio AM-97. La programación era esencialmente en idioma inglés, música que fue éxito años atrás, pero la estación tuvo mala fortuna y los dueños decidieron ponerla en venta. Los directivos de la Universidad Tecnológica se interesaron en el proyecto de contar con una radio propia y adquirieron la estación. A partir de entonces, pasó a identificarse como "Radio UTEC, novecientos setenta kilociclos de cultura".

En cuanto a los datos técnicos, la potencia de esta radio es baja, apenas irradia 500 watts para cubrir la zona central del país. La antena está localizada junto a los estudios, en el quinto piso del edificio uno, en la Calle Arce, de San Salvador. Por esa razón, se escucha fuerte en el área metropolitana, por su cercanía y no por la fuerza del transmisor. La potencia de la YSUCA es bastante superior, pero la distancia que separa la antena transmisora, de la capital hace que Radio UTEC "suene más" en ese sector. También es conveniente mencionar algo sobre la potencia efectiva y la potencia aparente. Los equipos electrónicos pueden estar diseñados para emitir cierta cantidad de watts (unidad para medir potencia), sin embargo, un acople mal hecho o una instalación inapropiada puede disminuir la potencia real del equipo transmisor.

Sobre el equipo que hay en la cabina, consiste en dos cartucheras, un deck para cassettes, uno para disco compacto digital, una consola y dos tornamesas.

En la cabina producen material para la radio, en su mayoría consta de viñetas alusivas a la programación y uno que otro mensaje esporádico de interés social. Los estudiantes casi no intervienen en la producción, excepto por el noticiario "Búsqueda" y según comentó un locutor, Sr. Rivera., se están reorganizando la estructura de la radio. "Al principio, los estudiantes participaban con varios programas, y se prefirió en vez de tener dispersa, la colaboración del alumnado, mejor reunirlos en un solo espacio llamado Búsqueda. Se llama así, debido a que los alumnos se dedican a buscar las noticias y a ellos les toca producir el programa", dijo.

2. Historia y programación

La Radio UTEC fue instalada el 12 de julio de 1991, el inicio de operaciones coincidió con el décimo aniversario de fundación de la Universidad Tecnológica

El iniciador de la idea, de poseer una radio universitaria, fue el Licenciado Mauricio Loucel, Rector de la Universidad Tecnológica. El sometió a consideración del Consejo Directivo el proyecto y fue aprobado. Decidieron comprar la radio AM-97, conservando casi todo su personal, aunque ahora ya el sesenta por ciento de trabajadores son alumnos o gente vinculada con la universidad.

Los datos anteriores los aportó a este trabajo el primer director de Radio UTEC, el señor Rafael Rodezno*. Durante el transcurso de la investigación hubo cambios administrativos y la dirección pasó a manos del señor Rodolfo Tejada, quien ya ejercía labores de locutor desde el comienzo. Se le pidió, en una entrevista realizada en julio de 1992, su opinión sobre el origen de esta radio y dijo lo siguiente: "La radio nace a raíz de la misma necesidad del estudiante, para dar a conocer las diferentes inquietudes de ellos. Así les brinda la universidad Tecnológica un panorama real de lo que es el medio de comunicación radio".

"Se eligió el medio radial principalmente por dos razones: una, porque se contaba con el medio y el recurso para adquirir la AM 97 y segundo, por su bajo costo de operación y de mantenimiento"

Afirmó que básicamente persiguen dos objetivos: "un nivel comercial, pero no entendido como lucro. Se trata de no cargarle a los estudiantes el valor de las agujas, cintas, cassettes y que la radio se sostenga por sí sola. El otro objetivo es cultural, como parte de la proyección hacia la comunidad, por parte de la Universidad Tecnológica".

La programación está orientada a los jóvenes, básicamente es música de tipo comercial. Canciones enfocadas al mercado juvenil. Si gustan, suenan en un montón de emisoras hasta el fastidio y luego nadie

*Director hasta Abril de 1992, le sucedió el señor Tejada.

las recuerda. A diferencia de YSUCA, en la UTEC programan bastante música en idioma inglés y rock en español. Ha habido modificaciones a la antigua AM-97, sin olvidar por completo su esquema de programación. Antes era difundida música del recuerdo, cien por ciento en inglés. Hoy está más balanceada la situación, por ejemplo, en una hora se colocan seis canciones en español y cinco en inglés. El "disc-jockey" de turno tiene un teléfono en cabina, para complacer la música que solicitan los radioescuchas.

Hay noticiarios de lunes a sábado, dirigidos por el señor Pablo Ayala que un tiempo fue sub director de AL DIA (Canal 12) y Tony Minero compra el espacio. Además de estos noticiarios, identificados con el nombre: " El Informador", hay otros espacios similares. De 12:30 a 1:00 p.m. "Radio UTEC en los deportes", dirigido por el licenciado Carlos Vásquez; "Mosaicos deportivos", de 5:30 a 5:45, a cargo del señor Mauricio Castillo Zamora.

Por el momento, casi no hay producción original de los alumnos, excepto por un programa llamado: "Búsqueda". Es un noticiario a cargo de los estudiantes exclusivamente. Ellos buscan las informaciones, las redactan, preparan y producen el programa. Se nombró como director de "Búsqueda", a un egresado de la universidad, el señor Rubén Molina.

El resto de la programación es música variada, fundamentalmente dirigida a los jóvenes. Con sólo escuchar el tipo de canciones que transmiten, se puede percibir que el público objetivo son adolescentes, muchachos que todavía están cursando el bachillerato y se encuentran cerca de entrar a la universidad. "La programación va dirigida fundamentalmente a los jóvenes y es un instrumento para alcanzar objetivos positivos", afirmó el jefe de programación, señor Mercedes Vuenerges Rivera, (julio de 1992).

3.Impresiones del director de la radio

¿Qué persigue la Universidad Tecnológica, al contar dentro de su estructura con una radiodifusora? Esta pregunta se le formuló al director de la emisora, señor Rodolfo Tejada y contestó lo siguiente: "El objetivo es educar y culturizar, principalmente al estudiante universitario. ¿Cómo lo vamos a lograr? Bueno, proyectándolo en las dieciséis horas de transmisión de Radio UTEC, con microprogramas culturales y educativos. Todo esto se logrará a largo plazo". No especificó a que programas culturales en concreto se refería, porque como se verá más adelante, ver anexo # 8, es pobre el contenido de tipo cultural.

Lo que más abunda en la radio, es la música popular-comercial (pop), en inglés y en castellano. Inclusive cuando la universidad le hace promoción a la radio, por medio de anuncios en prensa, en los programas especiales no ofrece cultura o educación, ver anexo #9 Lo que ofrece es música, que

corresponde al formato de una estación juvenil comercial y no varía mucho del resto de emisoras que han tipificado su audiencia dentro del segmento adolescentes.

Valdría la pena preguntarse, ¿Qué tipo de cultura están difundiendo los señores de la Universidad Tecnológica?. Cuando le dan gran importancia a la música en inglés y casi la equiparan en tiempo, con la música en castellano.

La monografía: "Los medios de comunicación social: Prensa, radio y televisión, como instrumentos para la educación y la cultura en El Salvador", por Elena Barón, emite una valiosa opinión sobre este asunto. Ese trabajo de la Universidad de El Salvador afirma lo siguiente: "La música constituye un refuerzo condicionante que crea ciertos modelos o tipos que son imitados por la juventud salvadoreña. La dominación y penetración cultural, a través de la radio por medio de los espacios musicales es notable especialmente por la aceptación que tienen entre la juventud, a la cual se les difunde un treinta por ciento de música en inglés... (Ver Páginas 39 y 40)".

"Esta disposición de las radiodifusoras, origina en los jóvenes una afición hacia lo extranjero y propicia la asimilación de patrones culturales de otros países. Este trasplante de cultura es lo que se denomina transculturización o apropiación de bienes culturales y sociales extraños. En el ambiente musical, también se crean ídolos de la canción, modelos que son imitados por sus admiradores".

Debe aclararse que no se está en contra de la música en inglés. Muchas melodías en ese idioma son de extraordinaria calidad y deleitan a quien las escucha. Empero, se requiere saber seleccionar con cierto criterio, para desechar aquel material que no aporta nada, para los objetivos de un medio de comunicación presuntamente universitario. Hay canciones que algunos las clasifican como tipo "chatarra", son ritmos repetitivos, sin mensajes, ni calidad y si para colmo los cantan en un idioma extranjero que muy pocos entienden, no tiene sentido programar ese tipo de pseudo música. A menos que también los encargados en la radio, lejos de proteger la cultura nacional, quieran colaborar a la transculturización de sus oyentes y entonces, hay que aclarar que el tipo de cultura difundida, no es nacional.

Una radio universitaria puede y debe dar educación en todos los aspectos. La música no tiene por qué ser la excepción. Se podría insertar programas que enseñen a valorar los diferentes géneros musicales, no solamente dedicarse al pop, que constantemente suena en la mayoría de estaciones comerciales. Si la radio universitaria repite lo mismo que las otras, no le está ofreciendo nada nuevo a los radioescuchas y habría que cuestionar el nivel académico que pregona.

Es innegable que la música comercial forma parte de la cultura, pero esa categoría está diseñada para

un mercado masivo. Conciérne a la cultura de masas. El autor Denis Mc Quail brinda importantes datos sobre este tema: "Cultura de masas, remitiría a los productos culturales fabricados exclusivamente para el mercado de masas. Otras características asociadas, no intrínsecas a la definición, son la estandarización del producto y el comportamiento de masas en su utilización"¹⁷.

Difundir contenidos exclusivamente para una cultura de masas, se aleja de la idea expuesta en este trabajo. La meta debería ser contribuir a la "desmasificación" del oyente y del conglomerado social en general. Por eso se ha preferido aplicar el término "comunicación social" a la radio universitaria y hay un rechazo a ver al público según el esquema de la comunicación de masas.

3.1 Organización interna de Radio UTEC

La radio de la Universidad Tecnológica está estructurada de la siguiente forma: Un gerente general, un gerente de planificación, uno responsable de lo administrativo, el director y el equipo de locutores, quienes facilitan a los alumnos conocimientos sobre el manejo del equipo en cabina.

El director, señor Rodolfo Tejada, durante la entrevista realizada, dijo no estar totalmente satisfecho con lo realizado, porque "decir que estamos satisfechos sería estancarnos, pues algunos objetivos y metas trazadas están por cumplirse. Por ejemplo, entre nuestros planes están prolongar las transmisiones a veinte horas y de ser posible, utilizar también la frecuencia modulada".

En relación con el sostenimiento de la emisora, dijo lo siguiente: "en primera instancia Radio UTEC está siendo patrocinada por la Universidad Tecnológica, porque no se persiguen objetivos de lucro, pero sí se ha pensado en abrir espacios dentro de la programación para cuñas publicitarias; de tal manera que la radio pueda costearse sus emisiones al aire". Manifestó que hay optimismo entre el personal de locutores y estudiantes, pero que todas las inquietudes se canalizan por medio de los respectivos decanatos.

Añadió el director de la radio que percibía un porvenir para la radiodifusión universitaria y que esto beneficiaría tanto a la sociedad como a la propia institución educativa, porque se elevará la calidad de la educación. Podrá notarse que ambas estaciones universitarias, se identifican como canales para la cultura y la educación. Solamente que la YSUCA es "para las mayorías", mientras que la Radio UTEC aparentemente quiere dar educación a los estudiantes universitarios.

Es positivo que la dirigencia de la Universidad Tecnológica, contemple la radio como un elemento didáctico y aunque la participación del alumnado es mínima, con el tiempo es de esperar que se vaya

incrementando gradualmente.

Por el momento, la programación de la radio está sobrecargada de música. Tiene un 84.3% de tiempo dedicado a programar canciones y apenas 15.6% destinado a espacios informativos. Es decir, de dieciséis horas de transmisión, trece horas y un poco más son de pura música comercial. En una hora por ejemplo, ponen seis canciones en español y cuatro en inglés, y para noticias sólo apartan dos horas y una fracción como de quince minutos aproximadamente.

Hay una gran ausencia de programas culturales y en cuanto a programas educativos, lo único que hay son cuñas de quince segundos de duración a lo sumo, con mensajes antidrogas, de paternidad responsable y para la planificación familiar. No hay producción de material estrictamente cultural, aun el noticiario "Búsqueda", había desaparecido en los últimos días que se estuvo monitoreando la radio. Se trató de averiguar el motivo, pero nadie pudo dar una explicación clara. A partir de septiembre desaparecieron todos los espacios informativos y sólo transmitían música pop. El señor Vuenespp Rivera se quejó de una falta de apoyo por parte de las máximas autoridades de la universidad y menciona que no había quien se hiciera cargo de las secciones de noticias. Tal parece que el desorden administrativo comenzó a reflejarse en la programación.

A nivel general, puede afirmarse que la Radio UTEC es parte de un programa de Relaciones Públicas de la universidad. Su actividad encaja en la definición de RR.PP. Según la revista Public Relations News de octubre, de 1974: "Las Relaciones Públicas son la función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y procedimientos de una organización con el interés público y ejecuta un plan de acción (y comunicación) para ganar la comprensión y la aceptación del público". Este dato fue tomado de apuntes de clase de Relaciones Públicas, ciclo VII.

La radio promueve una imagen positiva de la universidad y entre los destinatarios están: los alumnos actuales y los que podrían ingresar a la Tecnológica. La estrategia comunicacional no va dirigida a un oyente universitario. Esa abrumadora cantidad de música pop se orienta a un público juvenil que todavía no cursa estudios superiores. Poner determinado género musical es una forma para segmentar la audiencia y se usa en mercadeo para delimitar bien el grupo objetivo.

Si de verdad buscaran a un escucha universitario, no saturarían la programación de música, porque en ese nivel, las necesidades no solamente son de entretenimiento, con los éxitos de moda, también se requieren datos informativos, culturales y educacionales que la radio al momento no brinda.

CAPITULO VII

Encuesta sobre las radios universitarias YSUCA y Radio UTEC

Para verificar en la práctica, cuáles son aproximadamente los niveles de audiencia de las dos radios universitarias en estudio, se decidió hacer una pequeña encuesta para conocer la opinión de los radioescuchas. Como población muestra se tomaron trescientas personas, estudiantes de diferentes universidades. Se visitaron las universidades: Francisco Gavidia, Evangélica, Universidad Tecnológica y Universidad de El Salvador. Fueron elegidas por su cercanía, mayor facilidad para realizar el sondeo exploratorio y en el caso específico de la Tecnológica, el objetivo era conocer el nivel de aceptación que tiene Radio UTEC al interior de la propia universidad, por eso ahí se pasaron treinta cuestionarios. Quería saberse si la comunidad estudiantil aprecia su radio, la opinión que les merece y también podía pensarse lo siguiente: si ni siquiera la escuchan los educandos de la propia universidad, cómo esperan sus encargados culturizar a los universitarios de otras instituciones. Eso indicaría que el plan de Relaciones Públicas según lo expuesto en este trabajo, no les está dando resultado y lo contrario ratificaría el éxito de la función de RR.PP.

El caso de la YSUCA es diferente, ellos desde el inicio han aclarado que se dirigen hacia las mayorías. Los que resolvieron el cuestionario son una parte de las mayorías populares. Sin embargo, tocará a posteriores trabajos de investigación el dilucidar si esa radio ha tenido penetración en los estratos mayoritarios del país o si como lo sostiene el presente autor, la escuchan personas con cierto nivel cultural o ideológico, que no son precisamente las mayorías de este país.

Las preguntas del cuestionario estaban redactadas de la forma siguiente:

1. ¿Sabía que existe la radio YSUCA? sí__ no__
2. ¿Escucha YSUCA con regularidad? sí__ no__
3. Si oye YSUCA, diga porque le gusta y los programas que usted prefiere
4. ¿Sabía que existe Radio UTEC? sí__ no__
5. ¿La escucha con regularidad? sí__ no__
6. Si oye Radio UTEC, mencione la razón de por qué lo hace y los programas de su gusto:
7. Si no escucha ni YSUCA ni la UTEC, indique el motivo:
 - a. No sabía que existían.
 - b. No le interesa oírlas.
 - c. Las encuentra aburridas.
 - d. Tienen poca calidad de sonido.

8.¿Cuáles emisoras , que no sean ni YSUCA o UTEC escucha usted?

9.¿Por qué las prefiere?

10.¿Qué cualidad(es) le agradan más en una emisora?

- a.La música variada
- b.Que sea informativa (noticias)
- c.Calidad de sonido
- d.Que tenga espacios culturales
- e.Deportes

11. Diga qué nivel de estudios tiene usted (ciclo de la universidad)

y señale el sexo correspondiente: masculino_ femenino_

12.¿Qué carrera cursa?

13. Si no reside en San Salvador, diga qué radioemisora oye donde usted vive:

Comentario de los resultados

En la primera pregunta, ¿Sabía que existe la Radio YSUCA?, la respuesta fue la siguiente:

171 personas respondieron que sabían de la existencia de YSUCA, lo cual constituye el 54.33% de la muestra de trescientos cuestionarios.

En la segunda pregunta: ¿Escucha YSUCA con regularidad?

37 señalaron que la escuchaban con regularidad y eso representa un porcentaje del 12.34%.

A la interrogante de :si oye YSUCA, diga ¿por qué le gusta y los programas de su preferencia?

El resultado fue el siguiente:

24 prefieren YSUCA debido al noticiario "YSUCA Noticias".

5 prefieren el programa "Micrófono 14 - 20".

3 se inclinaron por los comentarios de la realidad nacional.

5 afirmaron que toda la programación les gusta.

En la cuarta interrogante:¿Sabía que existe Radio UTEC?

155 contestaron que sabían de su existencia y esto equivale a un porcentaje de 51.66%

En la pregunta cinco: ¿La escucha con regularidad?

Solamente en el recinto de la Universidad Tecnológica, de treinta personas, nueve dijeron que escuchaban Radio UTEC y uno optó por YSUCA. La estación comercial más mencionada fue Radio Femenina, con diez oyentes. Le siguieron en audiencia Mil Ochenta y Mi Preferida. Dos no aportaron mayores datos. Si a lo anterior se agregan los cuestionarios restantes, el auditorio de la Radio UTEC sube a 41 escuchas. Esa cifra representa un porcentaje de 13.7%, levemente superior al de la otra radio universitaria.

Al cuestionar sobre:si oye Radio UTEC, diga la razón de por qué lo hace y los programas de su gusto, la respuesta fue: la mayoría de los que dicen escuchar Radio UTEC, lo hacen por el tipo de música que

ahí se programa y tres citaron los segmentos noticiosos..Al momento de realizar la encuesta era lo único que la radio ofrecía, música y noticias.Mayormente música popular.

A la pregunta siete, si no las escucha, indique el motivo:

El 57.33% de los encuestados, (172 personas), expresó desinterés por ambas radios universitarias.Otras razones citadas fueron dificultad para sintonizarlas, desconocimiento de su existencia y pobre calidad de sonido.

Se incluyó una pregunta sobre las radios comerciales, para comparar la popularidad de estas en relación a las estaciones universitarias, en las cuales se basó esta investigación. El autor pensó que sería interesante saber qué tipo de emisora cuenta con la predilección de los oyentes universitarios.Además conocer cuál es la característica principal, que motiva los mayores niveles de aceptación entre los oyentes, que se supone al llegar a la universidad pueden discriminar y elegir material con mayor calidad en el contenido.

Al indagar sobre:¿Cuáles emisoras, que no sean ni YSUCA o UTEC escucha usted?, las respuestas fueron variadas, porque cada quien mencionaba dos o más emisoras. A continuación los resultados:

Radio Mi Preferida	66 Radioescuchas (22%)
Radio Femenina	65 oyentes (21.66%)
Radio Láser	40 escuchas (13.33%)
Súper Stereo	31 radioyentes (10.33%)
Radio Fiesta	29 oyentes (9.66%)
Radio Venceremos	21 escuchas*(7%)
Radio Farabundo Martí	20 oyentes*(6.6%)

Las radios universitarias quedaron con los siguientes totales:

Radio UTEC con 41 radioescuchas, lo cual equivale al 13.7% de la muestra y YSUCA acumuló 37 puntos, que representa el 12.34% de los cuestionarios elaborados.

En cuanto a los motivos que impulsan a preferir las estaciones comerciales, el principal es el tipo de música que estas programan,,277 indicaron ese como el factor determinante.

*Las radios del FMLN aparecieron con esa frecuencia únicamente en los cuestionarios que se pasaron en la Universidad de El Salvador. Ahí se encuestaron ciento sesenta alumnos. En la investigación participaron trescientos estudiantes universitarios, ubicados al azar, de diferentes ciclos y principalmente de carreras humanísticas. 120 mujeres y 180 hombres respondieron a los cuestionarios.

Consideraciones finales

1. La radio de la Universidad Centroamericana (YSUCA), tiene una posición clara, en lo ideológico, cultural y en el formato que ha decidido seguir. Desde el principio se ha definido como "una radio universitaria para las mayorías populares". Este condicionamiento les impone la línea a seguir para sus programas, por eso el lenguaje que utilizan tratan de que no sea muy elevado, intelectual o de difícil interpretación. Especialmente en los comentarios de la realidad nacional, el vocabulario es sencillo y comprensible para la generalidad de oyentes. Probablemente por esa misma razón, no incluyen música en inglés y dan preferencia a melodías en castellano. Las canciones de protesta, refuerzan la posición ideológica de quienes dirigen la emisora y también durante el día, intentan complacer al oyente, programando variedad de géneros musicales.

2. En general, la radio YSUCA se aproxima bastante a una radio universitaria ideal. Informa, entretiene, hay programas culturales bien estructurados, orienta a sus oyentes y puede sentirse que hay un orden lógico en relación con el material que se difunde. Sin embargo, debe señalarse lo siguiente: La función educativa está enmarcada por la filosofía de la congregación jesuita y cae dentro del terreno propagandístico. Se transmiten conceptos para privilegiar una cierta posición ideológica. Esto le concede alguna libertad para cuestionar el sistema político actual, pero por otro lado es una limitante para posibles anunciantes. Sólo aquellos patrocinadores que compartan las ideas de esa orden religiosa, estarán dispuestos a comprar espacios para publicidad. Por lo tanto, la supervivencia de la emisora dependerá en gran medida del subsidio que logre obtener o en caso contrario, tendrá que moderar su posición ideológica, para atraer anunciantes de la empresa privada.

3. El autor disiente mucho con la política de establecer una radio universitaria, en donde se impida o se bloquee la participación de los estudiantes universitarios. Estos no tienen por qué ser marginados del quehacer de la emisora, pues se pierde un vasto caudal de datos que ellos pueden aportar, procesar y modelar creativamente. La radio puede ser una gran herramienta pedagógica para complementar la enseñanza recibida en los salones de clase.

4. Aunque los directivos de la YSUCA afirmen que la emisora se orienta hacia las mayorías populares, en la práctica esto no es así. Hay variedad de contenidos que interesarán principalmente a quienes tengan una formación académica avanzada o que su mentalidad política simpatice con la línea jesuita. La gran mayoría de la población percibe este tipo de radio como de tipo cultural y no llama la atención del

pueblo, que se inclina primordialmente por escuchar la música de moda, más de tipo comercial.

5. La afirmación anterior esta sustentada por los resultados de una encuesta, realizada para medir la audiencia de ambas radios universitarias. De trescientas personas, 37 afirmaron que oían YSUCA con regularidad y 41 optaron por Radio UTEC. Esas cantidades otorgan a las dos radios porcentajes de un poco más del diez por ciento, 12.34% y 13.7% respectivamente. Lo cual es un bajo nivel de audiencia. Casi duplicado por la estación comercial Mi Preferida que se ubicó en primer lugar en el sondeo exploratorio con un 22% (66 oyentes).

Una razón técnica que pudiera explicar en parte esos niveles de audiencia, se encuentra en la baja calidad de la señal de amplitud modulada y que las personas, al menos en la capital, prefieren radiodifusoras que operen en la frecuencia modulada, por la nitidez en la recepción de la señal, aunada a las ventajas de una transmisión en sonido estéreo.

Se contactó al señor Rubén Alonso Ramos, Gerente de Monitores Comerciales S. A y textualmente dijo que: "No realizaban monitoreo de las radios universitarias, porque no vale la pena y sería una pérdida de tiempo comercialmente hablando". A los encargados de realizar monitoreo de medios no parece entusiasmarles mucho la idea de una radio universitaria.

El licenciado Carlos López Barrundia, Director de Mercadeo de AS Publicidad, expresó en una entrevista que las radios universitarias deberían saber lograr un balance entre lo que es entretenimiento, información y sus propósitos culturales. "Radios como la YSUCA se dirigen a una élite intelectual o gente con un pensamiento político bien marcado" y dijo que quizá Radio UTEC esté más cerca de los escuchas, al promover eventos de la universidad y darle a los jóvenes la música que ellos quieren oír. La mayor parte de gente encuestada, preferían tal o cual radio por el tipo de música. De hecho, en una parte de este trabajo se menciona que el medio radiofónico es visto por la audiencia como una fuente de entretenimiento, no como fuente de cultura. Se confirma entonces que la radio se busca para divertirse con la música. Aunque determinadas estaciones son preferidas por su carácter noticioso.

El Licenciado López Barrundia opinó que el método de la Radio YSUCA para educar a los escuchas, no es el adecuado. "El contenido de la YSUCA sigue un método equivocado, porque el pueblo es confrontado con una realidad, en la cual ellos no tienen las herramientas para sobrellevar la angustia. El mensaje de esa radio es una versión elitista de la cultura". YSUCA, a juicio del entrevistado, no considera que la gente vive preocupada por las angustias que le ocasionan sus problemas personales y cuestiones de política, economía o propaganda pasan a un segundo plano para ellos.

Este autor cree que lo anterior puede ayudar a comprender el por qué *la audiencia se comporta de*

esa manera y busca en primer lugar entretenimiento. Esa es la función privilegiada por la mayoría de medios en detrimento de la cultura. Es negativo que los medios hayan acostumbrado a su auditorio, a recibir una programación para masas, de baja calidad. Pero también hay motivaciones internas que pueden explicar esa conducta, como la expuesta por el Licenciado Barrundia.

El mensaje de la Radio YSUCA principalmente podrá ser asimilado por personas cuya formación intelectual, les impulse a valorar el punto de vista jesuita y que quieran ensanchar su panorama de la realidad nacional y mundial. A la mayoría de la población no le interesan en sumo grado los análisis de la política exterior o la economía mundial. Sin embargo, es bueno que poco a poco, a la gente se le despierte curiosidad por comprender los fenómenos nacionales e internacionales y con el tiempo, tener una audiencia que deje el carácter masificado.

Es curioso, al observar los resultados de esta pequeña encuesta, aunque hay mayor cantidad de gente que sabe de la existencia de la YSUCA, al momento de comparar quién tiene más oyentes, resulta que Radio UTEC le lleva una pequeña ventaja a la primera. A pesar de que la radio jesuita ofrece mayor variedad en la programación, tiene espacios culturales y los temas de la realidad nacional son tratados con profundidad, los radioescuchas se inclinan, por una programación que les brinde entretenimiento por medio de la música. Los cuestionarios así lo indican.

6. La YSUCA agrada a un escucha que guste de programas culturales, a quien desee incrementar sus conocimientos sobre infinidad de temas y que tenga una posición ideológica que no sea radicalmente opuesta a la de los religiosos de la Congregación de Jesús. Sin embargo, dos personas que negaron escucharla, manifestaron en los cuestionarios que si la UCA tenía radio propia, esta debía ser buena. Se parte de un supuesto, aun sin haberla oído, varias personas opinaron en favor de esa radio y expresaron interés en sintonizarla en cuanto se les presentara la oportunidad. La buena imagen de la Universidad Centroamericana es trasladada a su radiodifusora.

Reflexiones sobre la Radio UTEC

Esta radio parece no haber encontrado todavía, una concepción propia acerca de su papel como difusora que supuestamente pertenece a una institución universitaria. Los encargados de estructurar la programación, aún no saben si emplear la emisora como un laboratorio para que los estudiantes efectúen sus prácticas o dedicarse a un formato como el de cualquier estación comercial juvenil. Con la mira puesta en la obtención de publicidad para financiar los gastos de funcionamiento. La segunda opción parece perfilarse como la definitiva y ahí sí que están bastante alejados de lo que el autor concibe como radio universitaria. La programación no tiene nada nuevo comparada con la de otras radios.

En la YSMS, Radio UTEC, la producción elaborada por los estudiantes se ha detenido y no aportan mayores datos de información que permitan analizar el contenido de los mensajes. La mayor parte del tiempo se dedican a programar música pop destinada para adolescentes y se vuelve una labor tediosa estarla escuchando. Quizá lo único que podría considerarse material educativo son espóricas cuñas, que tienen mensajes sobre planificación o antidrogas. Los espacios informativos no despiertan mayor interés porque consisten en un locutor que lee boletín tras boletín, con voz monótona y cansa al oyente. Durante el tiempo que se monitoreó no había reporte de noticias, se limitaban a leer cables y boletines.

El objetivo de la radio se orienta hacia la función de Relaciones Públicas, quieren promover imagen y ganar simpatía de los alumnos actuales y también los potenciales nuevos estudiantes de la Universidad Tecnológica. No se aprecia un orden en la distribución del contenido, sino una anarquía en cuanto a la música que es netamente pop comercial. Del tipo "chatarra", con muy contadas excepciones.

Las funciones de un medio de comunicación social, son informar, entretener, llevar educación y vender espacios publicitarios para asegurar su supervivencia. Una radio universitaria puede y debería promover un cambio social, en el sentido de buscar la desmasificación de los radioyentes. Cumplir con las funciones anteriores y no conducir a su audiencia, como hacen tantos medios, por el sendero de la cultura de masas, lo que equivale en el fondo a despersonalizar al individuo y convertirlo en un objeto manipulable, a voluntad de los intereses comerciales y sin posibilidad de ser bien informado.

En la radio universitaria ideal se debe dar un equilibrio entre todas las funciones de un medio de comunicación social y propiciar el intercambio de información, con la mayoría de sectores de la sociedad salvadoreña. Que la relación emisor - receptor deje la unidireccionalidad y en la medida de ser posible, también el oyente contribuya mediante su vivencia de la realidad. Esto podría ayudar a ir promoviendo la unidad en este país y conseguir bienestar para su población.

Si todas las universidades que hay actualmente, dispusieran de su propia emisora y estructuraran sus programas en función de la cultura; esto le traería un gran beneficio a la sociedad. Inclusive paulatinamente, sería posible que las estaciones comerciales reflexionaran sobre sus objetivos y al percibir el éxito de la radio universitaria, también esas radios le dieran más espacio a los programas culturales y comenzar de ese modo, una verdadera comunicación social.

BIBLIOGRAFIA

LIBROS:

BRAJNOVIC Luka. Tecnología de la Información.
(España, 1967).

FUENTES Juan Luis. Comunicación, Estudio del Lenguaje
(Madrid, 1983 ?)

Mc QUAIL Denis. Introducción a la Teoría de la Comunicación
de Masas. Paidós Comunicación.(s.f)

NEWMAN John F. Periodismo Radiofónico
(México, 1966).

ROMANO Vicente. Introducción al Periodismo, Información
y Conciencia. Editorial Teide.

UCA Editores, Universidad y Sociedad. Lecturas para el curso
de admisión a la Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas"
UCA, (San Salvador, 1989).

TESIS Y MONOGRAFIAS:

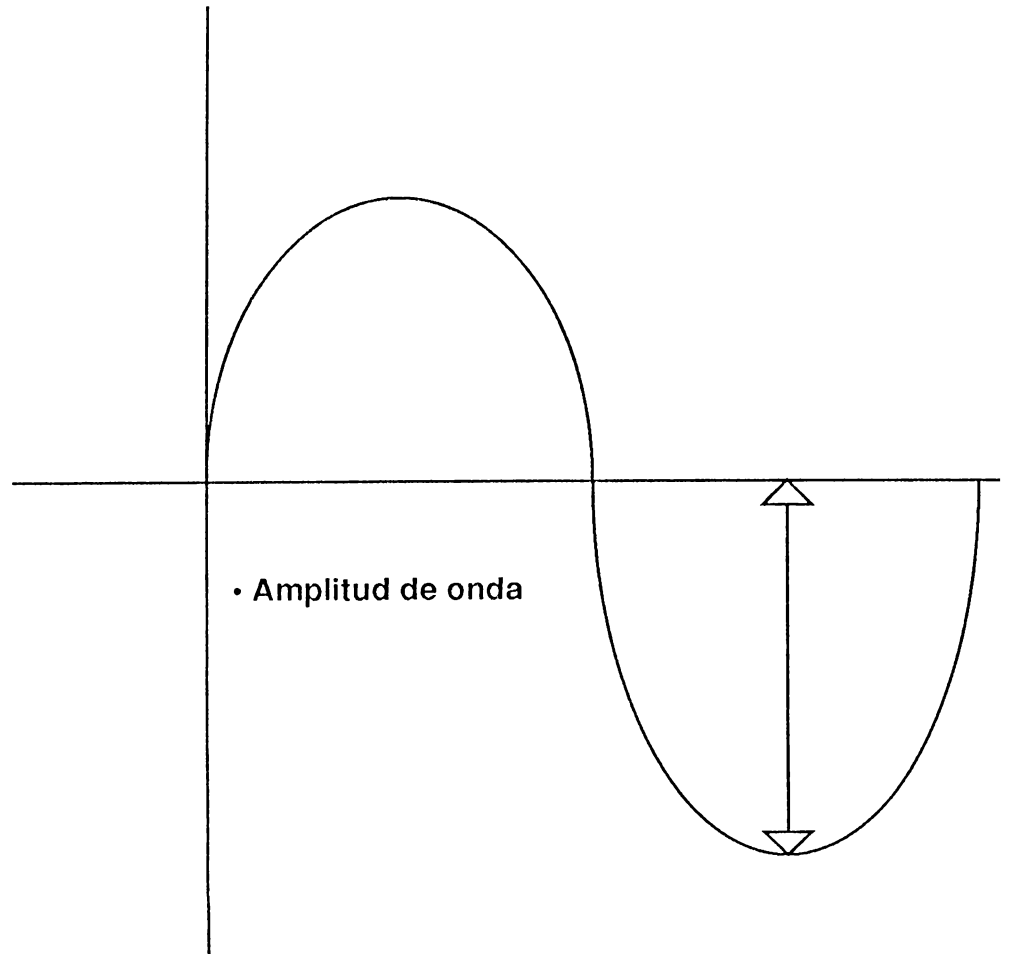
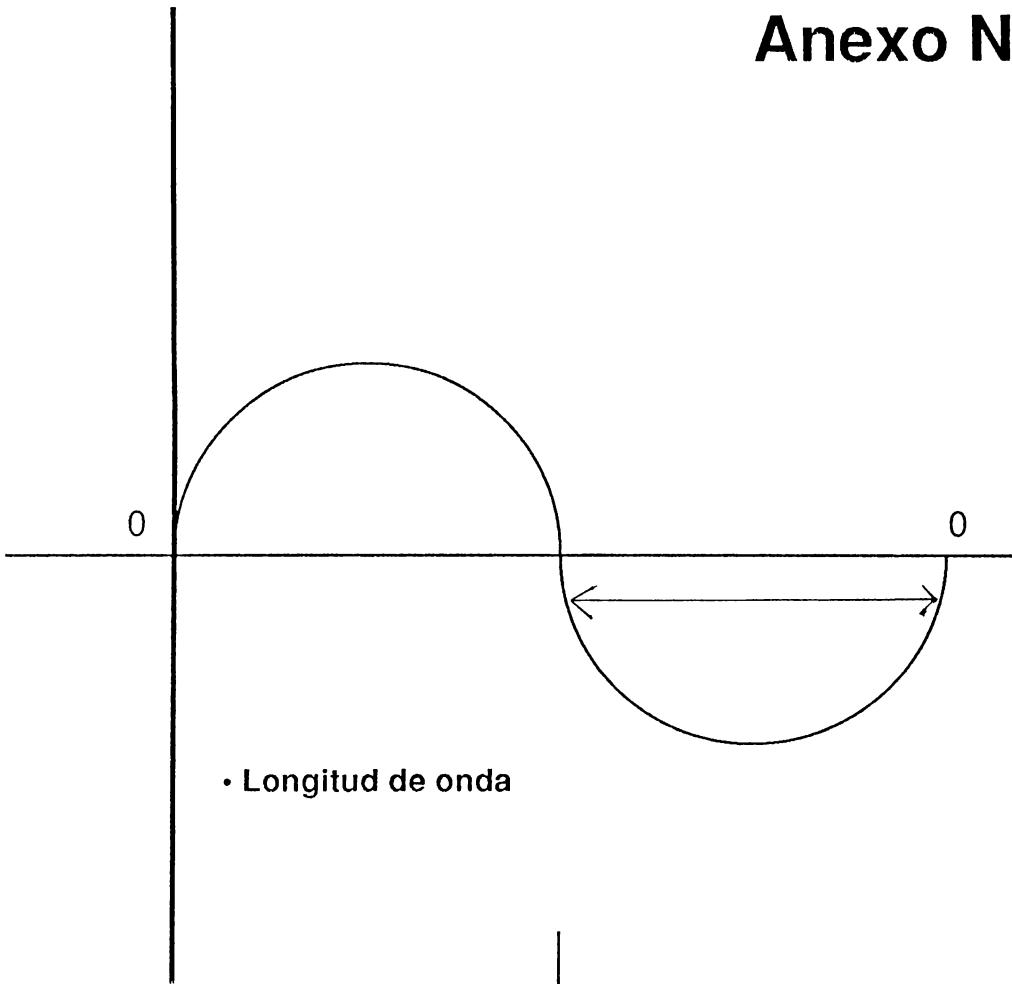
AGUIRRE Leticia. Historia, situación actual y fundación de la radio
en El Salvador. Tesis de la UCA. (San Salvador, 1985).

BARON Elena - CANTOR María. Los Medios de Comunicación Social:
Prensa, Radio y Televisión, como instrumentos para la educación y
la cultura en El Salvador. Monografía Universidad de El Salvador.

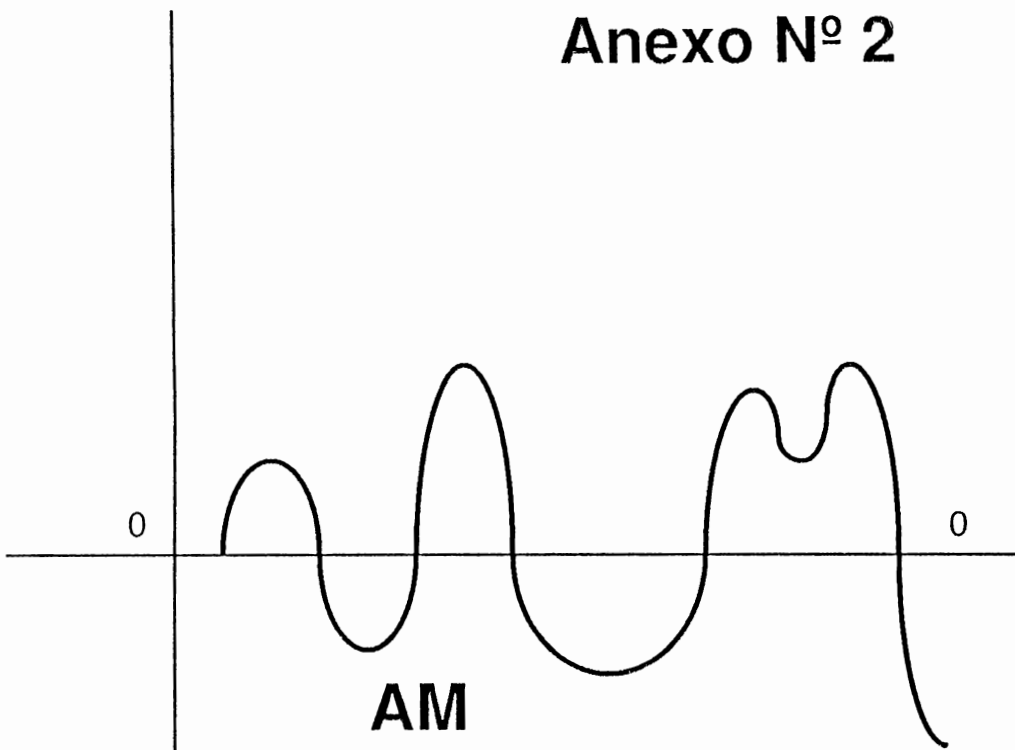
CONTRERAS René Alberto- VELADO Antonio. Factibilidad de Fundación
de la Radio y Televisión Universitarias en El Salvador. Monografía
Universidad de El Salvador. (San Salvador, 1972).

CONTRERAS René Alberto. La Radiodifusión en El Salvador.
San Salvador, 1984.

Anexo Nº 1

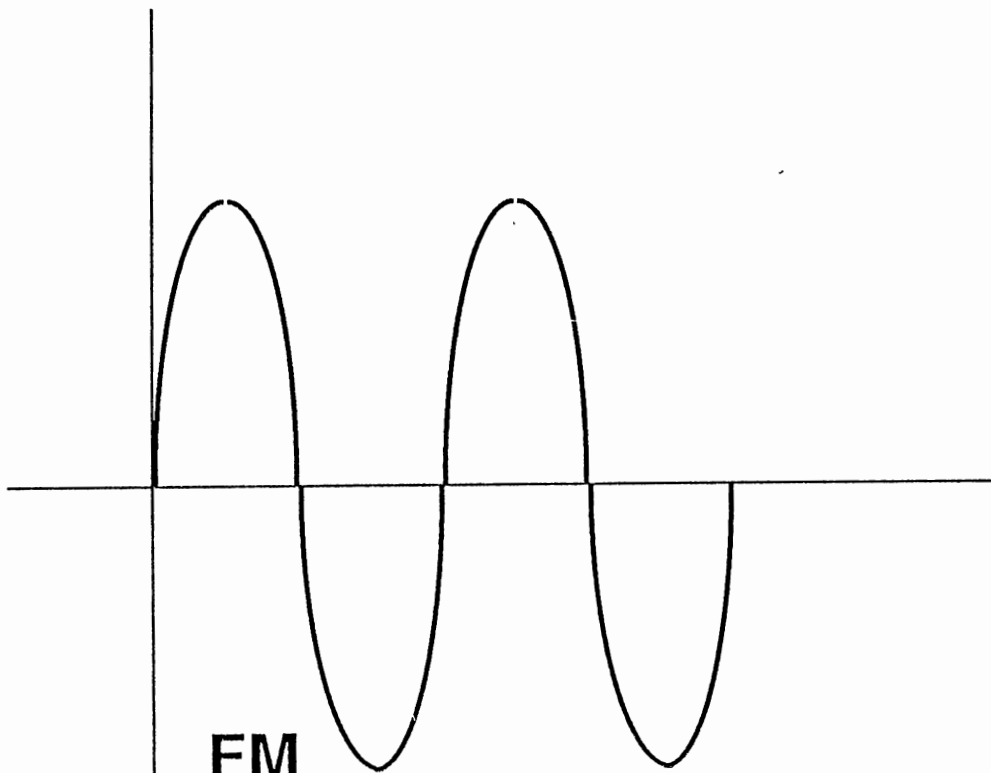


Anexo N° 2



AM

- Las ondas varían en amplitud y la frecuencia permanece constante.



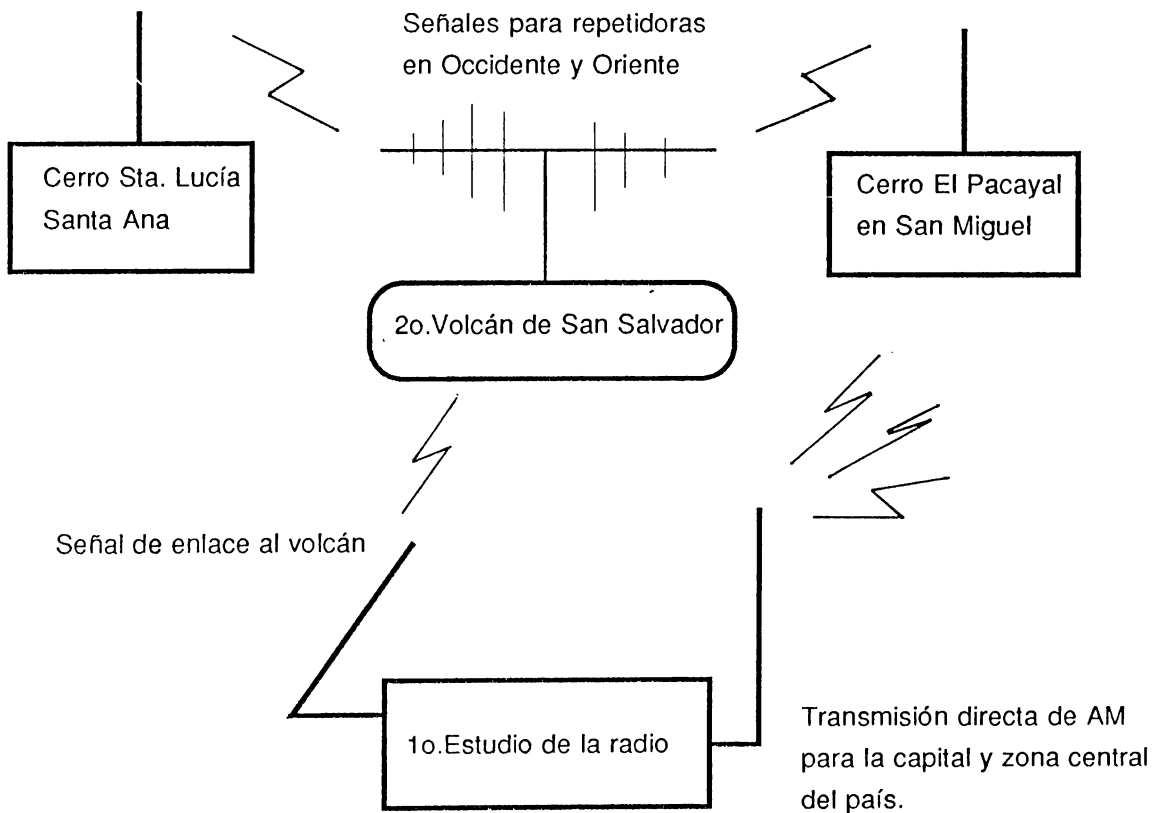
FM

- Varía la frecuencia, mientras que la amplitud (altura) permanece igual.

Anexo # 3
Cómo transmite la radio YSUCA

1o. La emisión se origina en los estudios de la radio, localizados en la misma Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas". Desde ese lugar envía dos señales: una en amplitud modulada, con su programación regular para San Salvador, zona central del país y la otra señal sirve de enlace con la planta en el volcán de San Salvador.

2o. Del volcán de San Salvador, la señal se manda a las repetidoras ubicadas en el Cerro Santa Lucía de Santa Ana y Cerro El Pacayal, en San Miguel; para cubrir la zona occidental y oriental del país.



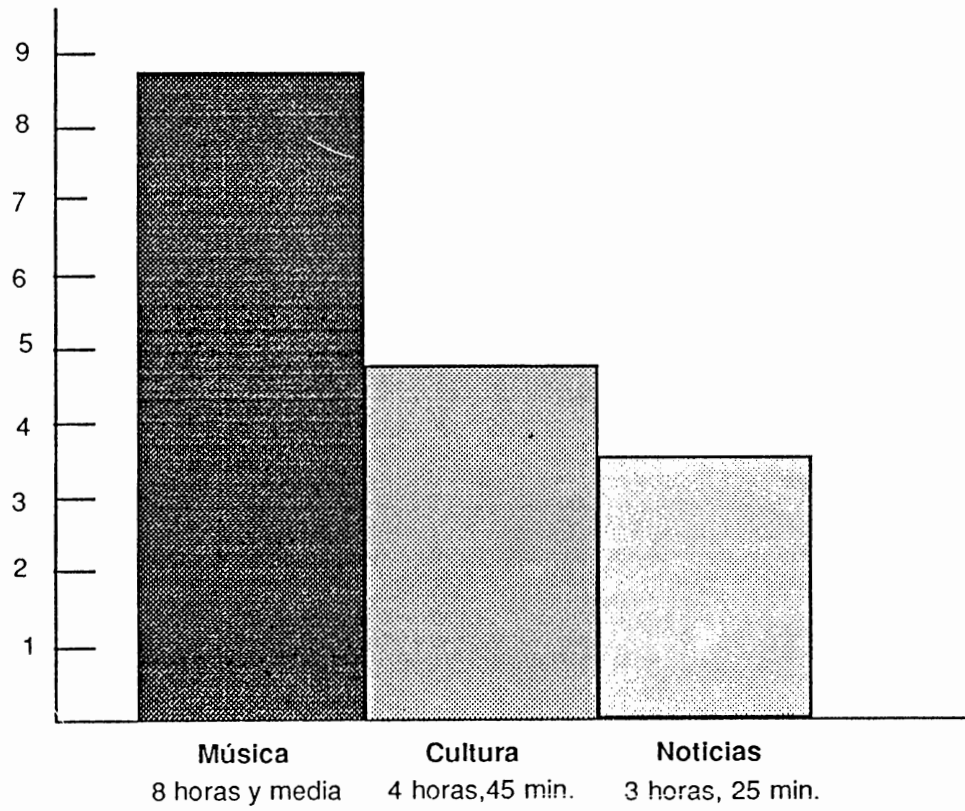
Anexo #4: Programación regular de la Radio YSUCA

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
6:00			Apertura			Apertura	Apertura
6:05			Reflexión cristiana			Reflexión cristiana	Reflexión cristiana
6:10			Canto nuevo				
6:30			Noticiero YSUCA			Música	Música latina
7:00			Música tropical				
7:30			Microprograma Caminos				
7:35			Música tropical				
8:00			Radiodramas religiosos y culturales				
9:00			Micrófono 14-20. La revista matinal de YSUCA			Micrófono 14 -20	
12:00			Angelus			Música variada	Repetición de YSUCA
12:05			Tema musical con el sello YSUCA				Entrevistas
12:10			Canto nuevo y mensaje			Voz de M. Romero	Música instrumental
12:25			La voz de Monseñor Romero			Música variada	Música variada
12:30			Noticiero YSUCA				Caminos
1:15			Música instrumental				Música variada
2:00			Radiodramas culturales y religiosos				
2:30			Música semi- rural				
3:00			Avance informativo				
3:05			Música tropical				
3:30			Microprograma Caminos				
3:35			Música tropical salsa				
4:00			Avance noticioso				
4:05			Tema musical YSUCA				
4:10			Canto nuevo (música de protesta)				
5:00			Avance informativo				
5:30			Música romántica				
6:00			Angelus				
6:05			Comentarios del acontecer nacional				
6:15			Radiodramas culturales y religiosos				
6:45			Nuevo canto				
7:00	Música pop		YSUCA Entrevistas	Flor y Canto	Música pop		Flor y Canto
7:30	Análisis literario	Música pop					Nuevo canto
8:00			De casi todo para casi todos				
8:10			Nuevo canto (música latinoamericana)				
8:55			La voz de Monseñor Romero				
9:00			YSUCA Noticias			La Voz de Mons.	Romero
9:45			Música religiosa			Música religiosa	Música religiosa
9:55			Reflexión cristiana				
10:00			Cierre			Cierre	Cierre

ANEXO #5

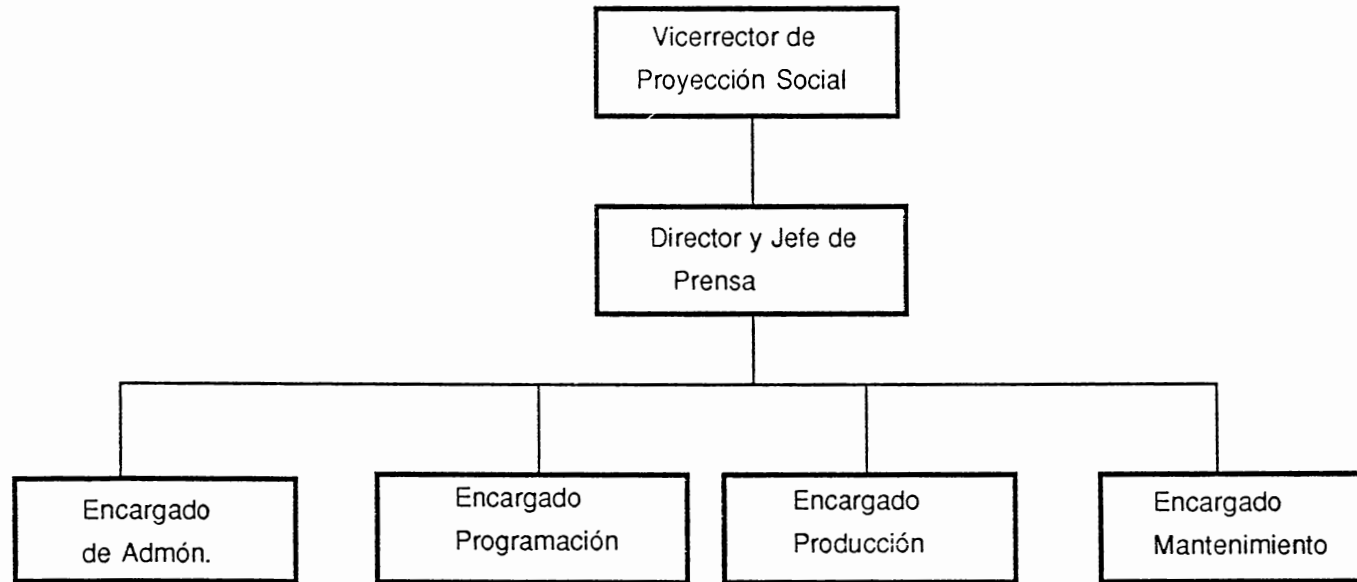
CONTENIDO DE LA PROGRAMACION RADIO YSUCA

TIEMPO EN HORAS



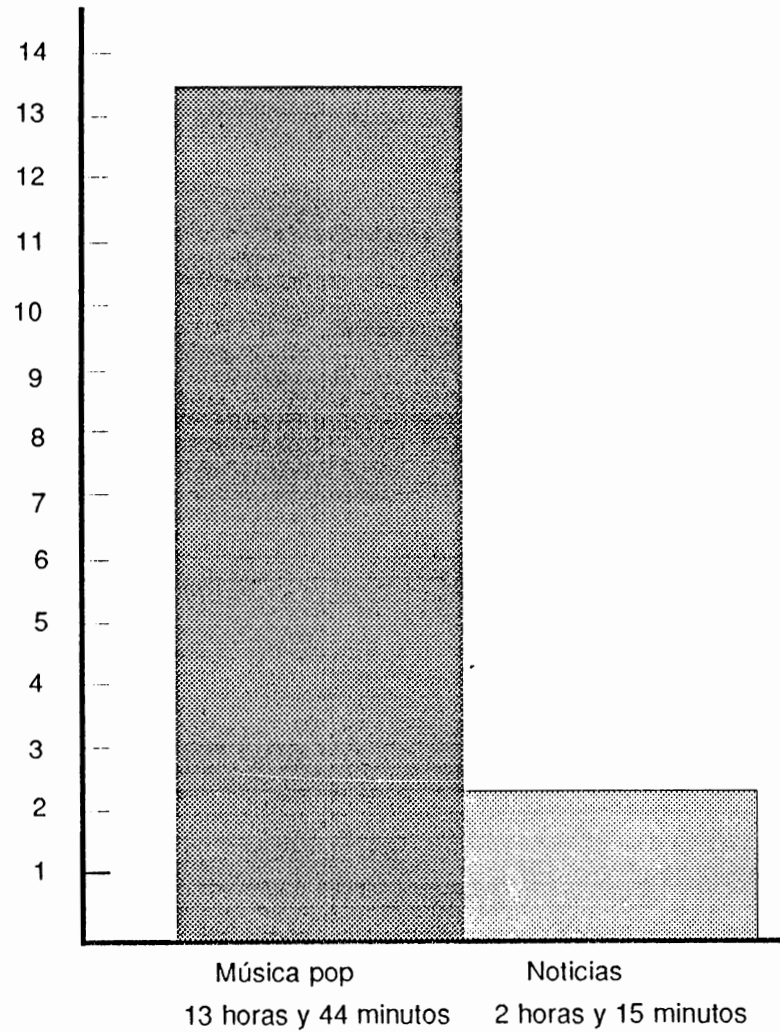
ANEXO # 6

ORGANIGRAMA ADMINISTRATIVO DE LA RADIO YSUCA



ANEXO #7

CONTENIDO DE LA PROGRAMACION DE LA RADIO UTEC



*El tiempo para la música era notablemente superior que el destinado para noticias. A partir de octubre de 1992, desaparecieron los noticiarios y la radio sólo se dedica a difundir música.

Anexo #8: Programación regular de Radio UTEC

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
6:00	A P E R T U R A						100% Música popular comercial
6:01	Música pop						
6:45	Noticiero "El Informador"						
7:30	Música comercial pop						
9 a 9:30	Música					Proyecciones	
9:30 a 10	Música					Las 9 son 10	
12:00	Noticiero "El Informador"						
1:00	Música pop					Sabor clave	
3 a 5	Música pop						
6:00	Noticiero "El Informador"						
6:30	Música						
8:00 9:00	¿Qué recordar?	Especiales Musi -UTEC	Música popular	Música Jazz	Conciertos en vivo	Música popular	
10:00	C I E R R E D E L A T R A N S M I S I O N						

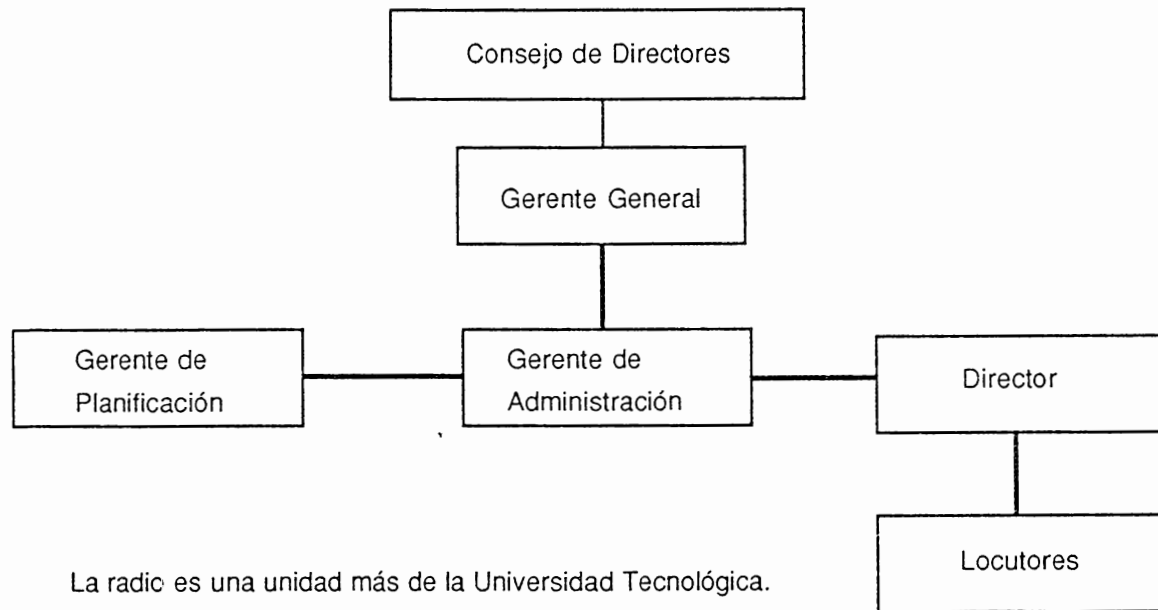
Anexo # 9

Anuncio publicado en Diario El Mundo, el 30 de Mayo de 1992

	
<i>YSMS 970 Klc. de Cultura</i>	
PROGRAMAS ESPECIALES	
LUNES 9 a 10 p.m.	que recordar?
MARTES 8 a 10 p.m.	ESPECIALES MUSI-UTEC
JUEVES 8 a 10 p.m.	JAZZ
VIERNES 8 a 10 p.m.	CONCIERTOS EN VIVO
SABADO 9 a 9:30 a.m.	PROYECCIONES
SABADO 9:30 a 10:30 a.m.	LOS 9 SON 10
SABADO 3 a 5 p.m.	M.S. SABOR CLAVE
YSM 970 Klc. de Cultura	
Voz, Pensamiento y Espiritu de la Universidad Tecnológica	

ANEXO # 10

ORGANIGRAMA ADMINISTRATIVO DE LA RADIO UTEC



La radio es una unidad más de la Universidad Tecnológica.