

## **CAPITULO I**

### **ASPECTOS GENERALES DE LAS RADIOS LOCALES Y/O REGIONALES ESTABLECIDAS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA**

#### **A. GENERALIDADES**

Resulta necesario conocer el desarrollo evolutivo del surgimiento de la radio desde su aparecimiento histórico hasta nuestros días, por lo que se describe a continuación la reseña histórica de la radio, conceptos generales, así como aspectos de las radios locales y/o regionales establecidas en el municipio de Santa Ana, con el fin de poseer un conocimiento amplio del mismo.

#### **1. ANTECEDENTES DE LA RADIO A NIVEL MUNDIAL**

Para que este medio de comunicación masivo, que hoy en día se haya convertido en una verdadera industria, tuvieron que pasar muchos años y una serie de descubrimientos, ya que fue gracias a los experimentos de varios físicos, que se pudo llegar a obtener la radio.

James Clark Maxwell, un físico matemático, publicó un trabajo en 1873, donde sugería que era posible enviar una señal electromagnética por el espacio sin necesidad de usar cables. En 1887 el físico alemán Heinrich Hertz verificó la exactitud de las teorías de Maxwell por medio de una serie de experimentos que consistían en enviar y detectar ondas de radio.

El italiano Guillermo Marconi perfeccionó los trabajos de Hertz y en 1896 pudo enviar una señal inalámbrica a una distancia de tres kilómetros (el primer nombre de la radio era “inalámbrico”). Marconi no sólo era inventor, sino también hombre de

negocios y se percató del promisorio futuro comercial de la radio en la comunicación marítima (para enviar mensajes del barco a la costa y de un barco a otro).

Marconi utilizó la clave Morse, puntos y guiones, pero este sistema requería de entrenamiento especial para comprender el mensaje. Los estadounidenses Reginald Fessenden y Lee De Forest incorporaron los descubrimientos que abrieron la radio a toda la gente, Fessenden se basó en los trabajos de Nikola Tesla y utilizó un generador de alta velocidad que inventó con la ayuda de la General Electric para enviar en la Navidad de 1906 lo que podría considerarse la primera transmisión mundial.

Su público fue las embarcaciones con aparatos receptores inalámbricos atacados en los puertos de Nueva York. Se dice que cuando los operadores de a bordo escucharon la música del fonógrafo, los solos de violín y los pasajes de la Biblia que Fessenden transmitió, fue tanta su impresión que creyeron estar oyendo a los ángeles.

“Lee De Forest inventó el tubo al vacío, que facilitó la recepción de la voz humana y la música. De Forest era un amante de la música, en 1908 transmitió un concierto de música clásica con un fonógrafo desde la torre Eiffel. Dos años después transmitió la voz de Caruso desde el Metropolitan Opera de Nueva York”<sup>1</sup>. (1era. Cita)

## 1.1 PRINCIPALES PIONEROS DE LA RADIO

### **Ampère, Andre-Marie (1775-1836)**

Ampère debe su inmortalidad al descubrimiento de las acciones mutuas entre los conductores atravesados por corrientes eléctricas, y más aun, a la ley fundamental

---

<sup>1</sup>JOSEPH R. DOMINICH. La dinámica de la comunicación.6ª ed. México: mc graw-hill, 2001.P.176

que obtuvo de ello, colocando las bases de la electrodinámica y contribuyendo de un modo admirable a la nueva ciencia del electromagnetismo.

Maxwell definió a Ampère como el Newton de la electricidad. La unidad de la corriente eléctrica ha sido denominada amperio en su honor.

### **Morse, Samuel (1781-1872)**

En 1839 presenta su primera invención, consistente en el alfabeto que lleva su nombre. Sus inventos solo se tomaron en serio después que en el año 1844, se transmitiera un resultado electoral entre las ciudades de Baltimore y Washington.

### **Faraday, Michael (1791-1867)**

Descubrió la inducción electromagnética que permitió la producción de energía eléctrica aplicada a la telefonía sin hilos, en definitiva a la radio.

### **Maxwell, James Clerk (1831-1879)**

Es el creador de la moderna electrodinámica y el fundador de la teoría cinética de los gases. Tras amplios estudios y mediante la teoría de Maxwell, llegó más tarde a descubrir ondas eléctricas, como las luminosas ya conocidas, pero de menor longitud de onda, lo que dio lugar posteriormente a conocer la telegrafía sin hilos.

### **Bell, Alexander Gram (1847-1922)**

Sus investigaciones más importantes se refieren a la conversión de los sonidos en corrientes eléctricas que, una vez trasladadas a otro dispositivo situado a distancia, permitiesen nuevamente su conversión en sonido. El 2 de junio de 1875 logra transmitir por vez primera sonidos por medios eléctricos. El 9 de octubre de 1876 realiza la primera conversación telefónica a larga distancia, entre Boston y Cambridge.

**Edison, Thomas Alva (1847-1931)**

En 1877 creó una primitiva máquina registradora de sonido, que con sus numerosos perfeccionamientos posteriores, le acreditó como el inventor indiscutible del Fonógrafo. De esa misma época data su invento del micrófono de granos de carbón para el teléfono y que todavía se emplea en la actualidad. En 1882 instaló la primera central eléctrica del mundo. En 1883 se observó el llamado mas tarde Efecto Edison, básico para las válvulas de radio del futuro, aunque no llegó a percatarse de su importancia.

**Fleming, sir John Ambrose (1849-1945)**

Diversas investigaciones llevadas a cabo en torno al Efecto Edison, le permitieron inventar un dispositivo rectificador al que llamó válvula y que tendría un papel de gran importancia en el futuro desarrollo de la electrónica (1904). Esta válvula diodo fue la primera utilizada en radiotecnia y fue el origen de todas las posteriormente empleadas.

**Heaviside, Oliver (1850-1925)**

Su teoría sobre la existencia de la región extendida entre 90 y 320 kilómetros por encima de la tierra, conocida hoy en día con el nombre de Capa de Kenelly-Heaviside, capaz de reflejar las ondas radiofónicas de onda corta permitiendo transmitir emisiones por toda la tierra.

**Berliner, Emil (1851-1929)**

“Fue el precursor de la grabación de la voz y de la música (1887) en disco moderno

(antes se efectuaba sobre cilindro). Dispuso que la aguja grabadora vibrara lateralmente, en lugar de hacerlo de arriba abajo”<sup>2</sup>. (1era. Cita)

### **Hertz, Heinrich (1857-1894)**

Sus trabajos se centraron en demostrar mediante un dipolo, la existencia de las ondas electromagnéticas formuladas por Maxwell. Desde entonces y en su honor reciben el nombre de hertzianas. Sus descubrimientos sirvieron más tarde, entre otras cosas, para el desarrollo de las técnicas radiofónicas.

### **Popov, Alexandre S. (1859-1906)**

Construye inicialmente un dispositivo capaz de registrar las perturbaciones eléctricas de la atmósfera (tormentas). Lo emplea a modo de vara conductora que se alza hacia el cielo para capturar la energía de las tormentas. Acababa de descubrir la antena.

### **Fessenden, Reginald Autrey (1866-1932)**

En 1900 transmitió por vez primera la palabra humana por ondas de una frecuencia de superior a 10,000 períodos por segundo. Dio origen al sistema dúplex de radiotelefonía y del método heterodino de recepción. En 1905 perfeccionando su aparato transmisor alcanzaba un radio de 45km.

### **Marconi, Guillermo. (1875-1937)**

Fue el sabio que hizo hablar al éter. La primera voz humana que fue transmitida por las ondas etéreas fue la suya. A un kilómetro de distancia, Marconi emitió señales,

---

<sup>2</sup> VIDAL PALACIOS SANTOS. Diseño de una guía técnica sobre habilidades artísticas en locución. San Salvador:2002;P.8

que su hermano Alfonso recogió haciendo señas con un pañuelo, de que las percepciones eran clarísimas. En 1897 el éxito fue rotundo, pues la demostración cubrió cuatro kilómetros de distancia. El 14 de mayo de ese mismo año, establece una lograda comunicación telegráfica inalámbrica entre las poblaciones de Lavernock Point y la isla Flatholm, en el canal de Bristol y que se hallan entre sí separadas por unos cinco kilómetros. En 1898 se transmitieron por T.S.H (Telegrafía sin Hilos) las regatas de Kingstown y al año siguiente Francia e Inglaterra se unen telegráficamente. Año 1902 Marconi, desde la estación Glace Bay (Nueva Escocia), envía el primer mensaje entre Canadá y Gran Bretaña y en 1903 el primero entre Gran Bretaña y Estados Unidos. A Marconi se le deben otros muchos inventos y perfeccionamiento de la T.H.S, y sin duda su obra es la mayor contribución al desarrollo de la radio. Entre los principales inventos y realizaciones figuran: la sintonización del aparato receptor con el transmisor a la misma frecuencia de oscilación (1899).

### **Balsera, Matias (1883)**

Su más espectacular trabajo, se produjo en el año 1910: la permanente comunicación de una emisora fija con un tren en marcha, utilizando un transmisor de corto alcance.

### **Idzerda, Hanso (1885-1944)**

“Con Philips en la fabricación de la famosa lámpara Ideezet esto es: Válvula de transmisor sin hilos de Idzerda. Fue este descubrimiento lo que le facilitó intentar el paso que lo llevaría en 1919 de la radiotelefonía a la radiodifusión”<sup>3</sup>.( 2da. Cita)

---

<sup>3</sup> VIDAL PALACIOS SANTOS. Ob. cit, ,P.9

## **1.2 EVOLUCIÓN DE LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN MASIVA**

Para muchas personas, la radio sólo era un juguete, una moda pasajera y un vano pasatiempo para los fanáticos de la electrónica. Las primeras transmisiones de radio eran simples, de aficionados, además de impredecibles, en ocasiones no había nadie en la estación local ni programación al aire, los primeros micrófonos se sobrecalentaban y los locutores debían ser cuidadosos para no quemarse los labios, la música se oía mejor en el fonógrafo y para comunicarse el teléfono servía mucho mejor. Muchos pensaron que la radio no tendría mucho futuro, sin embargo, ocurrió una serie de acontecimientos determinantes que cambiaron su forma de pensar.

Mientras que el desarrollo de la radio antes de la Primera Guerra Mundial se caracterizó por los inventos individuales, los años de la posguerra se distinguieron por las maniobras corporativas. Poco después de la guerra la Marconi Company comenzó negociaciones para adquirir los derechos del generador de Fessenden con la intención de establecer un monopolio en las comunicaciones entre Estados Unidos y Europa. Estados Unidos, con las experiencias de la guerra aún frescas, no deseaba darle a una compañía extranjera demasiado acceso a una posición tan poderosa.

Después de muchas negociaciones, ofertas y presiones para que mejorara el precio de los derechos, la Marconi Company accedió a vender sus acciones a la General Electric, la cual a su vez abrió una nueva compañía: la Radio Corporation of America (RCA), para administrar los recursos de la Marconi. Las acciones de la RCA se repartirían entre American Telegraph and Telephone (AT&T), Westinghouse y General Electric. Todo esto sucedió en 1919, antes de que alguna de estas compañías tuviera una idea clara sobre el futuro de la radio, ninguna de ellas pensó tampoco en que la transmisión para el público general sería una actividad lucrativa viable. No obstante, hubo quienes tuvieron otra corazonada. David Sarnoff, un

empleado de la Marconi Company que fue nombrado gerente comercial de la RCA durante la transición, escribió un comunicado a sus superiores donde sugería que la radio o caja musical como él la nombró, podría llegar a los hogares. Poco después fue nombrado presidente ejecutivo de la RCA y desempeñó un importante papel en el desarrollo de las emisiones de radio.

### **1.3 COMERCIALIZACIÓN DE LA RADIO**

Una de las cosas más curiosas acerca de las primeras emisiones de radio es que muy poco de su contenido lo hacían los radiodifusores. Las primeras estaciones eran propiedad de organizaciones diversas.

Abrir una estación de radio en 1925 sólo costaba 3000 dólares. Una vez en operación, los costos, de alrededor de 2000 dólares anuales, no eran muy altos.

Pero esto no duró mucho tiempo. Fue necesario contratar ingenieros, debido a nuevas normas técnicas más estrictas; el talento empezó a exigir renumeración; el equipo de mejor calidad era caro. Las primeras en sentirse presionadas fueron las estaciones más grandes. En 1927 una estación pagó casi 350,000 dólares por seguir al aire. Incluso las estaciones de menor tamaño enfrentaban costos de operación de alrededor de 25,000 dólares. Ante esta situación las estaciones buscaron otros métodos para obtener ingresos.

Nadie sabía exactamente cómo lograrlo. Algunos pensaron solicitar donaciones voluntarias de los radioescuchas. Otros planes proponían instalar una alcancía en la parte superior del receptor para que la audiencia depositara monedas de 25 centavos; incluso hubo quien sugirió la aplicación de un impuesto por el número de conductos del aparato receptor. Lo que hacía falta era un plan que trajera dinero de inmediato. La compañía telefónica fue la que encontró la solución.

En los años veinte AT&T padecía de cerrazón. No se convencía de que la radio era diferente del teléfono. En consecuencia, la WEAf (estación de AT&T en Nueva York) empezó a transmitir programas “por cobrar “. El arreglo era obvio para la compañía telefónica. Las llamadas de larga distancia tenían un precio especial. La emisión radiofónica era un tipo de llamada telefónica simultánea que se hacía a un gran número de personas. WEAf ponía el equipo, sólo faltaba el dinero. Los candidatos más lógicos para este nuevo sistema fueron las compañías con productos para vender. De este modo, la Queensboro Realty Company pagó 300 dólares por cinco “pláticas<sup>4</sup> “(2da. Cita) radiofónicas que alababan los beneficios de la vida en el campo. (La compañía también vendía lotes fuera de la ciudad.) Otras compañías pronto se dieron cuenta del potencial de la publicidad en este sistema y se adhirieron a él. El problema de financiamiento quedó resuelto, la programación se apoyaría en la publicidad.

Hasta este momento se pensaba que la radio era la competencia de las industrias del teléfono y el telégrafo. Se consideraba que el hecho de que fuera pública cualquier persona con el equipo indicado podría recibir la señal, esto representaba un inconveniente. Nadie entendía a bien por qué alguien desearía enviar un mensaje a un grupo de individuos desconocidos. Excepto Frank Conrad, la tienda departamental Hornes, de Pittsburgh, y la compañía Westinghouse. Conrad era un ingeniero que trabajaba en la Westinghouse, cuyo pasatiempo era la radio.

Había construido un radiotransmisor en la cochera de su casa y pasaba los fines de semana escuchando discos, enterándose de los resultados de los juegos deportivos y admirando las habilidades artísticas de sus hijos. En poco tiempo había logrado reunir un pequeño, pero asiduo público. Hornes vio en esto una oportunidad aún mayor, por consiguiente, propuso que se construyera una estación para transmitir programas con mayor regularidad, los cuales atraerían, eso esperaba la compañía, un mayor número de oyentes. La misma compañía fabricaría los receptores de radio

---

<sup>4</sup>JOSEPH R. DOMINICH. Ob. cit ,P.180

y, a su vez, recibiría publicidad “gratuita” debido a sus nexos con la estación. La idea funcionó, KDKA empezó a transmitir el 20 de noviembre de 1920, con una capacidad de 100 wats, desde una cabina en la cima de un edificio de seis pisos.

Después de un lento arranque se vendieron medio millón de radios en 1924. El año siguiente se vendieron unos dos millones de aparatos. Otras compañías también aprovecharon la oportunidad. La RCA comenzó sus transmisiones en 1921, la General Electric en 1922, la radio ya había despegado. Al descubrir que había audiencia para la programación dirigida al público general, la radio encontró el papel que habría de desempeñar en los años venideros.

#### **1.4 MEJORAMIENTO DE LOS APARATOS RECEPTORES**

Un factor muy importante en la evolución de la radio se debe, en parte, a los almacenes Gimbels. En mayo de 1925 era inevitable voltear a ver el aparador del almacén de la calle 33 de Nueva York. Ahí estaba el receptor de radio de tubo al vacío más moderno de la época, con una capacidad de recepción superior a la de cualquiera de los aparatos anteriores de bulbos. Por un enganche de sólo 15 dólares, y un precio total de 99 dólares se podía adquirir el receptor de cinco conductos Freed-Eisemann Neutrodyne que incluía una batería Prest-O-Lite, dos baterías tipo B de 45 volts, una conexión de teléfono, una antena y las bocinas a elegir. Gimbels vendió 5300 aparatos el primer día.

Para que la radio se transformara en un medio verdaderamente masivo había que lanzar al mercado un aparato de precio accesible, de uso sencillo y de calidad aceptable. Las compañías Westinghouse, Atwater, Kent y Crosley fueron las líderes en la fabricación y Gimbels, junto con otras tiendas departamentales, contribuyó a la distribución. Pero la radio aún no estaba lista para instalarse en la sala de la casa.

En 1925 los aparatos de radio seguían siendo estorbosos. Se necesitaba una colección de baterías y unos toscos cables salían del receptor al condensador y la

tierra. Para sintonizar los primeros radios hacía falta tener el pulso firme, además de paciencia y conocimiento de electrónica.

En 1926 se resolvieron muchos de los inconvenientes de los primeros receptores. Se empezaron a vender radios que funcionaban con la corriente normal de una casa en más y más establecimientos al menudeo. Entre 1925 y 1930 se vendieron 17 millones de radios al precio promedio de 80 dólares por unidad. Además, esta última versión ya no parecía una rara colección de partes electrónicas, sino que tenía el diseño de un mueble. Hechos de caoba, equipados con bocinas integradas, y parecidos a una catedral, los nuevos aparatos ocuparon su lugar junto al sofá o la mesa de café. Las familias se podían reunir alrededor del aparato de radio; la acción de escuchar se volvió colectiva. El refinamiento de los receptores de radio durante los años veinte facilitó la llegada de las ondas de radio a una audiencia masiva.

## **1.5 SURGIMIENTO DE LAS CADENAS RADIOFÓNICAS**

La evolución de la radio también se debió al dinero. Si una estación de Filadelfia y otra de Nueva York tenían que producir un programa para llenar una hora de tiempo, cada una debía pagar por su cuenta. Sería más económico para ambas estaciones compartir los gastos. Este acuerdo para la interconexión de estaciones se conoce como cadena. Además, en caso de haber suficientes estaciones conectadas, el publicista sólo negociaba con una de ellas; de este modo, una llamada era suficiente para llegar a grandes audiencias. Los beneficios económicos se hicieron evidentes para las primeras estaciones.

La primera cadena fue la NBC, una subsidiaria de la RCA, establecida en 1926. En realidad la NBC instituyó dos cadenas; la primera se formó a partir de las estaciones que le pertenecían a la RCA y la segunda cuando la RCA compró las estaciones de AT&T y otros negocios relacionados con la radiodifusión. La compañía telefónica había decidido terminar su participación en el negocio de la radiodifusión.

Siguió participando de manera indirecta arrendando sus líneas a las cadenas para que se interconectarán. Con el fin de evitar la confusión, las dos cadenas de NBC fueron nombradas Rojas y Azul, respectivamente.

“En 1929 las transmisiones en cadena consistían en cerca de 51 horas a la semana de programación vespertina. Se trataba de música, fundamentalmente (una buena cantidad era clásica, pero también comenzaron a hacer su debut los programas de variedad y las dramatizaciones). Gran parte de los programas de variedad se remitían a los días de vodevil: eran programas inspirados en el género de comedia”.  
<sup>5</sup>(3ra. Cita)

Poco después del nacimiento de la NBC se estableció la segunda cadena: United Independent Broadcasters (UIB). Con dificultades económicas desde el principio, la UIB finalmente se fusionó con la Columbia Phonograph Record Company en 1972 para formar la compañía Columbia Phonograph Broadcasting System. La familia Paley asumió después el control de esta nueva cadena, que fue rebautizada con el nombre de Columbia Broadcasting System (CBS). Los Paley eran dueños, entre otras propiedades, de la Congress Cigar Company, que había sido una de las primeras en contratar publicidad con la UIB. William S. Paley, quien percibía el gran potencial de la radio, fue nombrado nuevo presidente de la CBS a la edad de 27 años, con lo que inició una relación que habría de extenderse hasta la década de 1980.

En 1972 la NBC afilió 28 estaciones, y la CBS, 13. Diez años después, en 1937, las radiodifusoras afiliadas a la NBC eran 111, mientras que la CBS concentraba 105. Hubo un gran flujo de capital durante estas primeras operaciones. En 1930 los publicistas gastaron alrededor de 27 millones de dólares en publicidad en estas cadenas. Ese mismo año la NBC arrojó una ganancia de 2.1 millones de dólares, antes de descontar impuestos, mientras que la CBS reportó ingresos de casi un

---

<sup>5</sup>JOSEPH R. DOMINICH. Ob. cit., P.181

millón de dólares. Era obvio que el negocio de las cadenas persistiría durante varios años más.

## **1.6 NACIMIENTO DE LA FRECUENCIA MODULADA**

A mediados de los años treinta, Edwin Howard Armstrong, un destacado inventor, hizo una demostración a su amigo David Sarnoff, presidente de la RCA quien en ese tiempo estaba más interesado en promover el desarrollo de la televisión y, por consiguiente, a pesar de los avances técnicos de la FM, no se interesó en apoyar el nuevo invento, así que Armstrong desarrolló el sistema de FM por su cuenta; instaló su propio transmisor para hacer las demostraciones, y en 1940 vendió los derechos para la fabricación de receptores de FM a varias compañías. Sarnoff ofreció entonces a Armstrong un millón de dólares por la licencia de su invento, pero Armstrong se rehusó a vendérselas quizá molesto por el anterior rechazo. El desarrollo de la FM fue interrumpido por la Segunda Guerra Mundial.

### **Estaciones de AM y FM**

Las estaciones de radio están en la banda de AM o FM. Las siglas AM significan amplitud modulada y FM, frecuencia modulada. Como antes se mencionó, desde 1975 las estaciones de FM han tenido mejores rendimientos, a diferencia de las de AM. En 1997 casi tres cuartas partes del auditorio escuchaban alguna estación de FM. No obstante, hay que tomar en cuenta que algunas estaciones de AM, en particular las de los grandes mercados, estaban dando excelentes resultados. Ese mismo año las estaciones de amplitud modulada estaban en primer lugar en las ciudades de Chicago, San Francisco, Detroit y Boston.

Cuando todos los factores físicos son los mismos, la señal de AM tiene mayor alcance, especialmente de noche, que la de FM. El cuadrante de AM de cualquier aparato de radio muestra las frecuencias precisas en el espectro electromagnético

donde opera la estación. Las estaciones de AM están clasificadas por canales; hay tres de ellos: abiertos, regionales y locales. Los canales abiertos tienen una estación predominante que ha sido diseñada para dar servicio en un área muy extensa. Por lo general estas estaciones tienen una fuerte señal, debido a que transmiten con 50,000 wats de potencia. El 720 de cuadrante de AM, por ejemplo, es un canal abierto de la WGN de Chicago, la estación dominante que opera con 50,000 wats. El 770 es otro ejemplo, la WABC, de Nueva York, es la estación central. Los canales regionales se comparten entre varias estaciones que dan servicio a zonas de regular extensión. Los canales locales están diseñados para ser compartidos por un gran número de estaciones que sólo llegan a su comunidad local.

“La señal de FM no tiene tanto alcance como la de AM, pero su calidad de sonido es superior”<sup>6</sup>(4ta. Cita). Es menos probable que las estaciones de FM se vean afectadas por interferencias exteriores, como tormentas eléctricas. Las estaciones de FM también están organizadas por clases. Las estaciones de clase C son las más potentes, operan con 100,000 wats. Las estaciones de clase B y A tienen menos alcance. El cuadrante de FM demuestra que las estaciones de FM operan en un espectro electromagnético distinto al de AM.

## **B. HISTORIA DE LA RADIO EN EL SALVADOR**

La Radio Nacional de El Salvador nació por iniciativa del Dr. Alfonso Quiñónez Molina, entonces presidente de la República, quien hizo las gestiones necesarias para que El Salvador fuera el pionero de la Radiodifusión en Centro América. Así, la Radio Nacional se identificó como emisora de proyección cultural y educativa, de servicio a la comunidad y de apoyo al Gobierno de la República.

El 1 de marzo de 1926, en ceremonia especial, el Presidente de la República

---

<sup>6</sup> JOSEPH R. DOMINICH. Ob. cit, .P.183

inaugura la primera radio en el país, la cual se le denominó con el nombre de "AQM" que son las iniciales del nombre del mandatario. Siendo esta radio considerada como la primera que se instaló en Centro América.

El director de telégrafos y teléfonos de la época, propuso al presidente Quiñónez la necesidad de instalar dentro de la radiodifusora una programación regular que tuviera una estructura propia para divulgar la cultura del pueblo Salvadoreño.

Los estudios de la radio AQM fueron instalados en la segunda planta del teatro nacional localizado en pleno centro de San Salvador, contando en ese momento con un equipo de emisora de marca Wester Electric de una potencia radial de 500 watts.

La emisora mantuvo su nombre original hasta el 8 de julio de 1927 cuando se le cambió por el de RES (República de El Salvador), por orden del Presidente de la República, Dr. Pío Romero Bosque. Luego en 1933 adoptó el nombre de RDN( Radio Difusora Nacional)

La AQM en sus inicios no tenía una programación continua, transmitía por algunas horas al día, especialmente durante la noche.

Miguel Ángel Chacón, quien se desempeñaba como gerente de la emisora, fue el primer locutor de radio en el país.

Durante las horas de transmisión, en los intermedios musicales, la radio lanzaba al aire mensajes de cultura y de progreso de El Salvador, en los cuales iba incluido logros gubernamentales. Los miércoles se transmitían cuentos de niños, se ofrecían conferencias científicas y noticias de sucesos mundiales.

Un informe del Ministerio de Gobernación de ese año reafirmó: "Son incalculables los beneficios positivos que esta propaganda silenciosa, pero persistente y eficaz, traería al país a medida que en el extranjero se vaya conociendo las verdaderas

características de estos pueblos y nuestros valores artísticos y científicos en nada inferiores a los de otros núcleos de la misma raza”<sup>7</sup>.(3ra. Cita)

Después del gobierno del Dr. Pío Romero Bosque, se firma un acuerdo internacional, en el cual se consignaba que cada país tendría sus propias siglas, quedando asignadas para El Salvador las de “YS” y desde esa época las radios salvadoreñas se identificaron con las siglas YS. La Radio Nacional de El Salvador se identifica, desde entonces, con las siglas YSS.

A finales de 1926, existían ya en el país 89 aparatos receptores, según reportes oficiales emanados por el gobierno en turno. Los años pasan velozmente y el entusiasmo es notorio, se solicitan frecuencias en el Ministerio del Interior, entre ellas la YSI de Don Ricardo Ramos, quien se convirtió en un maestro de locución para muchos aficionados.

Con el tiempo y la aparición de nuevas radios en el dial, fue necesario incrementar la cobertura de la Radio Nacional más allá de las fronteras patrias. Así, el sistema de transmisión AM, estaba formado por una emisora central en San Salvador, departamento de San Salvador (en la frecuencia de 655 KHZ), y tres repetidoras en el interior del país, ubicadas en Sensuntepeque, departamento de Cabañas (680 KHZ); Chalchuapa, departamento de Santa Ana (750 KHZ); y el Divisadero, departamento de Morazán (610 KHZ). En 1953, se inician las transmisiones en la banda de onda corta (SW), y se utilizaron las frecuencias de 31 y 49 metros para todo el mundo, hasta 1976.

Fue en 1935 cuando fue fundada la primera radio comercial de El Salvador: la YSP; La voz de Cuscatlán, propiedad de Fernando Alvayero Sosa, quien tuvo el privilegio de contar con la confianza, del entonces Presidente de la República, General Maximiliano Hernández Martínez.

---

<sup>7</sup> VIDAL PALACIOS SANTOS. Ob. cit. P.13

Debido a que Alvayero era colaborador del régimen de Hernández Martínez, instaló la emisora en la segunda planta del cuartel de la Dirección General de la Policía Nacional. Asimismo, Alvayero se interesó en crear espacios informativos. En este esfuerzo influyó Francisco Alvarado, uno de los primeros locutores de la YSP.

Con la participación de Alvayero fue creado en la YSP, un noticiero que consistía en leer los titulares del vespertino minutos antes que saliera a circulación. A este informativo se le denominó “Diario Latino Informa y YSP transmite”.

Posteriormente, crearían otro programa informativo con el gran Diario, el cual se llamó “El Gran Diario al Aire”, cuya duración era de quince minutos y se transmitía todas las noches. Además, transmitían noticias internacionales de última hora. Según el señor Contreras propietario de la emisora se comportaba como un liberal con relación a las noticias internacionales; pero era celoso custodio de las nacionales, pues el gobierno del General Hernández Martínez no vacilaba en tomar represalias.

También la YSP fue la primera en crear los programas deportivos en 1940. En 1948 YSP o la voz de Cuscatlán montó el noticiero que llamó “El reporte ESSO”, conocido como “El noticiero predilecto de América”. Era transmitido en los turnos de la mañana, del mediodía, por la tarde y por la noche, de lunes a sábado.

La compañía petrolera ESSO enviaba a la emisora los guiones que contenían las noticias nacionales e internacionales.

Durante la Segunda Guerra Mundial ya eran tres las radios que operaban en el país y todas se encargaron de abrir noticieros para informar los acontecimientos políticos, militares y económicos vinculados por el conflicto. La YSS, YSP, y YSR formaban horarios precisos para transmitir en cada programa como “Frente Mundial” y “Esto es la Guerra”.

La YSR, la voz de El Salvador, de Don Alberto Cevallos, fue la segunda emisora privada del país fundada el 9 de agosto de 1941. Contaba con un director, un jefe de redacción, un equipo de redactores y colaboradores.

En la década de los 40s, la radio en El Salvador se había extendido, y era necesario crear un reglamento para regular el espectro radiofónico. Fue el 27 de abril de 1942 cuando por decreto del gobierno, se creó el reglamento para el Establecimiento y Operaciones de Estaciones Radiodifusoras. El documento contaba con seis capítulos y setenta y cinco artículos.

“El incremento de la actividad comercial al que contribuyó la radio, permitió el surgimiento de un período dorado de El Salvador, que llegaría a reconocérsele como “La época de Oro” de la radiodifusión Salvadoreña”<sup>8</sup>.(4ta. Cita) Se caracterizó por la abundante producción, el surgimiento de muchos actores y guionistas de radioteatros, así como también la apertura de numerosos espacios para la creación artística nacional.

Según entendidos en la materia de radio, mencionaba que “esta Época de Oro” fue producto del despegue que tuvo en El Salvador una burguesía industrial que había estado marginada y políticamente neutralizada, durante la dictadura del General Maximiliano Hernández Martínez.

En este período jugó un papel importante la radio cadena YSU, fundada el 2 de diciembre de 1946 por don Raúl Trabanino. Esta radio obtuvo renombre en toda Centro América por su excelente programación. En esta época se iniciaron las novelas grabadas en nuestro país y se destacaron grandes cuadros artísticos.

Los locutores de entonces tenían su propio estilo, que le daban a la programación un colorido agradable. Entre ellos se puede mencionar a: Nicolás Orantes, Felipe

---

<sup>8</sup> VIDAL PALACIOS SANTOS. Ob. cit. P.16

Ochoa, Emilio Lara, Guillermo Hernández conocido como el hombre de las mil voces, ya que ejercía la locución con voz de hombre, mujer y niño.

En el año de 1946, se iniciaron las primeras radionovelas o dramatizaciones, como se les conocía, siendo su escenario la radio emisora YSU, y dirigidas por don Ricardo Ramos con la actuación de Fausto Carbonero, Guillermo Hernández y Rafael Rodezno.

La primera dramatización lanzada al aire fue “Las Abandonadas”; años después vino al país la actriz Margarita de Nieves y formó un grupo más numeroso y con su dirección se incrementó más la nueva modalidad y luego contaron con patrocinadores como: Mejoral, Jabón Olimpia, Aceite El Dorado y otros.

Las primeras radionovelas, que ya se conocían fueron: Tamacum, El Vengador Errante y Pepe Cortes. Tuvieron buena aceptación en el país y Centro América, a tal grado que diariamente se grababan capítulos de quince minutos por cada lado del disco, el cual tenía un diámetro de 16 pulgadas, base de aluminio y revestidos de plástico. Eran enviados posteriormente a las radios de otros países del área, ya que en esos tiempos solo El Salvador producía esos programas.

Los conciertos de marimba se volvieron a poner de moda, los programas orquestales hacían sentir emoción al escuchar los melodiosos vales. Por radio se escuchaba a Agustín Lara, el célebre músico poeta, que estaba muy de moda y cuyas canciones hicieron suspirar profundamente a los novios de ese entonces.

Otra emisora fue la YSAX” la voz panamericana”. Fue una de las tres que nacieron al inicio de la década de los 50s: inaugurada el 12 de octubre de 1951.

YSBE, “La voz Latinoamericana” inició sus labores el 17 de octubre de 1952. Esta radio se caracterizó desde un principio por el cuadro artístico que lo componían, quienes presentaron muchas novelas de gran impacto en el auditorio, donde llegó a

identificarse Guillermo Hernández con el nombre “Albertico”, personaje que interpretó en la novela “El Derecho de Nacer” difundida a finales de 1952. Este locutor también se destacó en lo humorístico. En lo deportivo se destacó don Raúl “Pato” Alfaro, quien transmitía “Domingos Deportivos”. Esta estación de radio desapareció a mitad de la década de los 60s.

Radio Universal inició sus labores en mayo de 1956 y se destacó desde sus inicios por su labor informativa de los hechos nacionales e internacionales y de la misma forma en el campo deportivo.

En 1956 se marca una innovación en la utilización de las radioemisoras, al ser empleadas en las campañas electorales.

YSC fue otra de las emisoras que nació y fue partícipe de una de las mejores etapas de la radiodifusión salvadoreña. Se inició una programación basada en música tropical y ranchera. Su propietario era, Don Felipe Valenzuela.

Una de las emisoras que vino a revolucionar el ambiente radial salvadoreño fue YSDF “La Voz del Trópico”, cuyo propietario don José Antonio Mearde tuvo el deseo de convertirla en la emisora más potente y lo logró con 50,000 watts, de potencia, capaz de cubrir gran sector de Centro América. Esta radioemisora organizaba espectáculos en sus instalaciones, cuya capacidad era para 300 personas, las cuales presenciaban en vivo los programas. En estos espectáculos se incluían variedades musicales, programas cómicos, concursos de aficionados, radionovelas y otros. Fue en esta emisora donde nació el personaje “Chico Tren” interpretado por Eugenio Acosta Rodríguez.

La época de oro terminaría a finales de los años 50s, producto de la decadencia económica que provocó la inestabilidad política, además, provocó la llegada de las

producciones radiofónicas “ enlatadas”, provenientes del extranjero, que significaba menos costos para los propietarios de las estaciones.

No había más producciones, se despidió a muchos locutores, dramaturgos y actores que habían participado en la producción de programas. También se congelaron los salarios y se suspendieron las inversiones destinadas a la producción.

## **1. RADIOS ESTABLECIDAS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA**

En el municipio de Santa Ana la industria de la radio también tuvo su inicio con radios importantes para la vida comercial, radios que iniciaron en amplitud modulada como fueron Radio Musical, Tecana, La voz del Comercio, Estación H, etc., de las cuales muchas tuvieron que cambiar a frecuencia modulada para poder competir y dar una mejor señal. Creándose así nuevas radios para satisfacer los gustos y preferencias de los radioescuchas, entre estas están las siguientes.

- **RADIO ESTACIÓN H**

Santa Ana ve el nacimiento de una nueva radio, ya que en 1976 abre operaciones Radio Estación H, la cual funciona en Amplitud Modulada. En 1987 nace doble H 92.9 FM, se originó por la necesidad de contar con un medio local en FM, siendo la radio en Santa Ana en la frecuencia modulada. El formato permite que jóvenes, adultos y niños se identifiquen, ya que suenan con música nueva en español y contemporánea en inglés. En la actualidad la” doble H” cubre todo occidente del país.

Estación H cuenta con diferentes promociones para los diferentes días del año que son celebradas fechas como: 14 de febrero (día del amor y la amistad), 10 de mayo (Día de la Madre), Día del Niño, en esos días regalan productos de acuerdo al día de celebración con diferentes patrocinadores.

La radio cuenta con diferentes programas como “ qué compra qué vende”, “ al instante”, “300 minutos”, “ el espacio de la semana”, “ la súper 15”, “ los dobles de la doble”, “comunidad 3”.

En 1990 nace una estación hermana a doble H llamada conga en el 96.5 FM. Su formato es grupero; lastimosamente en el año 2001 desaparece y actualmente la frecuencia es arrendada por una secta evangélica.

- **SODA STEREO**

La radio Soda Stereo está ubicada en 105.3 FM. Nació en octubre de 1995. Cuenta con una cobertura para el departamento de Santa Ana y Ahuachapán.

Esta radio pertenece al grupo Samix y se encuentra en el gusto juvenil, ésta a su vez es hermana de Radio La Chévere, La Astral, La Coco, Guapachosa y Súper Estrella.

- **RADIO UNO**

La Radio Uno, ubicada en 97.3 FM. Nace en noviembre de 1999 con una cobertura para Santa Ana, Ahuachapán, Chalatenango y algunas zonas del departamento de la Libertad, por medio de sus plantas transmisoras ubicadas en el cerro El Faro.

Inicialmente Radio Uno nació con formato juvenil, posicionándose en ese momento en las primeras posiciones de los rankings de las encuestas de publicidad. Para el año 2002 sufre transformaciones en su formato para llegar a un segmento más amplio de público, convirtiéndose en adulto contemporáneo, con el objetivo de tener más recepción de audiencia y así llegando a un público con más capacidad, poder adquisitivo, y así consolidándose no como una alternativa más para los anunciantes; sino como la mejor opción, siendo hoy por hoy la única radio en Santa Ana como adulto contemporáneo.

- **RADIO SUPRA FM**

La radio Supra FM ubicada en el 90.5 FM nació en noviembre de 1998 con un formato juvenil que eran del gusto de los jóvenes; pero posteriormente ha tenido cambios en su programación, debido a las competencias en su género, hasta ahora es una radio siempre juvenil, pero menos selecta que antes en cuanto a la programación; pero sin embargo, es otra alternativa en esquema juvenil.

La radio cuenta con programas como salsa manía, love forever, locos por el mix, mezclas en vivo.

Su cobertura es a nivel de Santa ana, Chalchuapa, El Refugio, Los Naranjos, Texistepeque, Coatepeque.

Su equipo técnico consiste en: 2 enlaces, 1 transmisor, 1 torre, 4 antenas, 1 mini disk, 2 reproductores de CD, 2 micrófonos, 1 consola.

La ubicación de cabina es 8a. Calle poniente y av. Independencia norte # 8

- **RADIO DOREMIX**

La idea de crear radio doremix fue una idea de los directores de radio cool FM, es la única estación en Santa Ana que cuenta con una unidad móvil, brinda asesoría publicitaria y de promoción a sus clientes.

Es una estación dirigida a la juventud santaneca con los mejores éxitos del reggeton y perreo.

Tienen promociones varias para los jóvenes, para que puedan participar y sigan siendo fieles a Doremix.

La Radio Doremix pertenece a la corporación YSKL, la cual es radio hermana de la cool FM, KL y Monumental.

La Radio Doremix anteriormente fue radio musical, estación que fue otras tradiciones en Santa Ana desde los años 70 hasta mediados, la cual tenía un formato de música romántica y una programación popular.

- **RADIO ROCKOLA**

La Radio Rockola se transmite en el 99.7 FM. Sus inicios vienen del año 1990. En un inicio se llama Stereo Tropical S.A de C.V. en formato popular, radio que transmitiría por 10 años con ese nombre, como una idea visionaria de un empresario migueleño de radios, a la cual pertenecen corporación Aries, que en su totalidad son 6 radios y 6 empresas de cable.

En el 2001 cambia su nombre a Radio Rockola, en formato popular, teniendo gran aceptación entre los radioescuchas.

Innovando en occidente, se convierte en la primera emisora en transmitir un sistema computarizado, tanto de música, como de comerciales.

- **RADIO MILENIUM 92.1 F.M.**

Esta radio nace en 1999 con un formato adulto- contemporáneo en inglés, radio que se convirtió en una buena alternativa para el adulto de edades de los 25 a 50 años, por su riqueza de éxitos de los años 60's, 70's y 80's; pero en el 2004 optan por cambiar su formato y dirigirla a un mercado joven programando diversos géneros y ritmos de preferencia del año 2000 en adelante.

RADIO MILENIUM es una radio comunitaria con cobertura solo en el departamento de Santa Ana. Esta radio cuenta con programas musicales, deportivos y noticiosos.

Su director Julio César González manifiesta que la radio ha sido sujeta a cambios, por la demanda del mercado.

- **RADIO UNASA 94.9 F.M.**

Es una radio que pertenece a la Universidad Unasa (Universidad Autónoma de Santa Ana). Esta frecuencia 94.9 FM. , en los 90's fue ocupada por la estación FM94, radio como se ha mencionado antes que fue de gran auge en Santa Ana; pero que por malas directrices desapareció a inicios de los años 2000. Desde el año 2004, esta frecuencia 94.9 FM. es ocupada por RADIO UNASA 94.9 FM, radio que es utilizada por los practicantes de la carrera de comunicaciones de la Universidad, con un formato no definido como las otras estaciones de radio. Esta radio es dirigida por el Licenciado. Ricardo Vega Vides.

## **C. CONCEPTO DE RADIO**

La radio es el medio de comunicación social que hace uso de los sonidos para hacer efectiva su propósito comunicacional. La importancia de este medio es innegable, ya que la gran mayoría de las personas escuchan radio, por lo que los empresarios, directores, locutores, productores y creativos de este medio deben de poner siempre un ingrediente de estética a todo lo que por este medio va a llegar a sus receptores.

La radio, a través del tiempo ha ido transformándose de ser un medio que complacía el gusto general de un pueblo, o buscaba abarcar la mayor cantidad de públicos posibles a un medio que por lo general se especializa a un tipo de target específico, debido a las mismas exigencias de los clientes, que especializan su rubro o actividad hacia un sector específico del mercado.

La necesidad de penetrar en la mente de las personas, dirigiendo esfuerzos hacia su público objeto, tratando en gran medida de no desperdiciar su inversión publicitaria, y el mismo mercadeo que las empresas hacen, ha llevado a la radio no sólo a competir

por el ranking de medio, sino a lograr que sus anunciantes lleguen a su segmento específico del mercado, por lo que éstas se han especializado a tal punto de no llamarse del “género tal” solo por su programación, sino también por brindar servicios de programación especializada.

A diario al recorrer las diferentes frecuencias radiales se puede observar no solo la gran cantidad de géneros musicales en la banda del dial, sino también la gran cantidad de especialización de programas, diseñados tomando en cuenta desde la conforme a hora, día de la semana, fecha, hasta lo que van dirigidos a un género musical determinado o un artista específico.

En un país tan pequeño como El Salvador, existen una amplia gama de radios, desde las que se clasifican por el alcance de frecuencia que estas tienen, hasta las que se clasifican por el género musical que programan y sus programas especiales que se diseñan específicamente para el segmento poblacional a los que van dirigidos.

## **1.1 RADIO INTERACTIVA**

La radio interactiva es donde el oyente decide que quiere escuchar en cada momento a través de su página web. El usuario podrá seleccionar la canción que le apetece escuchar, dedicarla, o participar de forma activa en sus foros y chat.

### **1.1.1 RADIO PARLANTES**

Radio Parlante: es cuando la comunicación se realiza desde dos vías, tanto de la radio, como de la audiencia, y existe una retroalimentación.

## 1.2 CLASIFICACIÓN DE LAS RADIOS EN EL SALVADOR

La radio en nuestro país se clasifica de la manera más sencilla de la siguiente forma:

### **POR SU ACTIVIDAD:**

**a) Lucrativa:** Son las radios que tienen como objetivo especial el lucro, es decir, que son radios comerciales que diseñan toda su programación para vender los espacios publicitarios.

**b) No lucrativas:** Son las que por su naturaleza no deben ni pueden comercializar los espacios disponibles para publicidad. De hecho, se le otorga la frecuencia con el compromiso de no comercializar estos espacios. En esta categoría encontramos las radios comunitarias y religiosas.

### **POR EL ALCANCE DE SU FRECUENCIA**

**a) Local:** Son las que su frecuencia solo abarca una ciudad o un departamento.

**b) Regional:** En estas radios la frecuencia llega a una zona determinada por un mayor alcance que las locales, pero están delimitadas a una zona específica de la cual no pueden sobrepasar, por lo que no pueden ser de corte nacional.

**c) Nacional:** Son las que están autorizadas para poner a tope sus transmisores e inclusive a hacer uso de repetidoras, para abarcar de esta forma todo el territorio nacional.

**d) Por la web:** Es indistinta de las tres anteriores en cuanto al alcance físico de sus ondas hertzianas. Para transmitir por la web necesariamente deben tener un dominio y un software especial para subir la transmisión.

## **POR SU FORMATO**

- Juvenil
- Ranchera
- Adulto joven
- Adulto contemporáneo
- Romántica
- Tropical
- Roqueras

Es importante comprender que las radios de corte local y regional comparten la misma frecuencia con otras radios de su misma índole, por lo que no es de extrañarse que a veces se barra de una manera descarada la señal de una, mientras otra radio con la misma frecuencia intenta entrar a la zona.

La SIGET es la que autoriza las frecuencias junto con el Ministerio de Gobernación, y también según la capacidad de pago del empresario radiodifusor, otorga la amplitud de alcance de la radio, por lo que se define de igual forma la potencia con la cual esta pueda transmitir, para así no afectar a las radios que funcionan con la misma frecuencia.

### **1.3 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

La radio fue el primer medio electrónico de información en el mundo, y sigue conservando su fuerza, pues es un medio masivo, importante y eficaz.

Su característica más importante es la pequeña complejidad técnica en sus instalaciones de emisión y recepción.

Tres son los principios básicos que caracterizan y distinguen a la radio de otros medios de comunicación social:

**a) La instantaneidad:** Esto se refiere a la posibilidad casi única de la radio de que el emisor coloque al alcance del oyente un hecho, al mismo tiempo de que se produce sin tener que incurrir a complejos procesos de transmisión que requieran de equipo sumamente sofisticado.

Simultáneamente es el generador de una corriente de solidaridad social, cuando la radio coloca en el centro la atención de sucesos que afligen a cualquiera de los componentes de la sociedad (inundaciones, temporales, incendios, etc.).

**b) La continuidad:** Esto supone el seguimiento sistemático de un suceso, lo que brinda información secuencial sobre éste, y por tanto, sobrepone una ventaja ante las posibilidades de transmisión y seguimiento de los hechos ante la capacidad de las que disponen otros medios.

**c) La ubicuidad:** Esto es algo propio de la radio, lo que significa, la posibilidad de identificar, elaborar y difundir el mensaje desde el lugar de los hechos, de una manera práctica y sencilla.

Estas características básicas de la radio como medio de comunicación social dejan por un lado otras características que pueden ser traducidas a ventajas de este medio, lo que en definitiva le da un carácter específico a este medio de comunicación social:

### **VENTAJAS:**

**a) Su gran difusión:** Ya que la radio es uno de los medios de más audiencia durante

la mayor parte del día en distintos lugares.<sup>9</sup>(1era. Cita)

**b) Simultaneidad:** Puede establecer una transmisión normal con una enlazada, lo que le da valor a este carácter de simultaneidad.

**c) Instantaneidad:** El hecho de poder transmitir de manera instantánea es una de sus ventajas esenciales, ya que por su relativamente poca complejidad, la radio puede transmitir de una manera más rápida desde el lugar donde ha sucedido algún hecho a pesar de que en un momento determinado se encuentre en un lugar sin fluido eléctrico.

**d) Alcance:** Se refiere al rango de alcance de la transmisión, es decir, el radio al cual la señal de éste llega, que puede ser local, regional y nacional.

**e) Bajo costo:** Relativamente, en comparación a otros medios publicitarios de masas, la radio representa un costo menor, que puede variar según el alcance de la radio así como al tipo de público con la cual se encuentre dirigida la programación de la radio.<sup>10</sup>(1era. Cita)

**f) Acceso directo a diferentes ámbitos:** Ya que la radio no se limita a escucharse en el carro, el trabajo, sino también en una gran cantidad de actividades que realiza el ser humano, y la radio acompaña a las personas en cada una de ellas.

**g) Empatía:** La facilidad que tiene el locutor, así como la producción radial de empatizar con las personas, adecuarse a sus necesidades y estados de ánimo, por lo que la radio sirve además como medio de distinción para las personas.

---

<sup>9</sup> RICARDO GERSON RENDEZ. Las Relaciones Públicas como un instrumento estratégico para la aplicación de una filosofía institucional de servicio al cliente, en la industria radiofónica nacional, caso específico: las radios juveniles ABC, Mil 80 y Femenina. San Salvador. 2001.p.14

<sup>10</sup> SONIA EDITH ZELAYA GUARDADO. Diseño de un plan de Relaciones públicas y Comunicaciones para mejorar la imagen de las radiodifusoras comunitarias de la zona oriental de El Salvador. San Salvador. 206.P 6

**h) Identificación:** La radio abre espacios para la comunidad, para los jóvenes, amas de casa, etc., por lo que se identifica con toda clase de público, a pesar de la especialización de este medio.

**i) Poder de sugestión:** por el mismo carácter personal y empático de la radio, se vuelve mucho más sencillo el hecho de poder sugestionar a las personas, por lo que representa una considerable ventaja para los anunciantes.

La radio, en realidad es un medio de comunicación de masas que atiende una gran cantidad de necesidades de los radioescuchas, las cuales son parte de lo que busca la radio, ofrecer esa satisfacción a sus radioescuchas, para convertir esto es un estímulo oferente a sus anunciantes.

Cada espacio de la radio, desde el físico hasta el programático están diseñados para servir de gancho a la audiencia, con lo que logrará tener un sistema de ofertas claras hacia sus clientes, lo que a su vez radica en la obtención de más y mejores ingresos para este medio de comunicación de masas.

## **1.4 IMPORTANCIA DE LA RADIO DESDE DIFERENTES PERSPECTIVAS**

La importancia de la radio en el aspecto social, radica en el intercambio de ideas, opiniones e informaciones, donde el ser humano aprovecha para sí, lo que aporta la inteligencia, el conocimiento y la experiencia de los demás. En esta perspectiva, la comunicación entre los hombres condiciona el desarrollo integral del ser humano y el de las sociedades que este forma; nutre su vida intelectual, la creatividad, la ciencia, la cultura, en suma todo lo humano, individual y social.

La comunicación abarca la recíproca comprensión entre dos seres, el diálogo, la divulgación de ideas, la educación, las expresiones artísticas, los medios masivos de comunicación y la información propiamente dicha. Por lo tanto, esta necesidad

humana básica, fundamental de toda la organización social, lleva con toda naturalidad a concluir que: Todo individuo tiene derecho y necesidad de comunicarse.

En el marco de las nuevas concesiones en la radiodifusión, se hace indispensable que la radio mantenga su orientación de origen al servicio de su localidad y su región. Que las nuevas concesiones incorporen programas que ayuden al conocimiento del individuo, que éstos vayan acorde a las necesidades regionales.

### **1.4.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL**

En el esquema de la responsabilidad social de los medios, es recomendable:

- Realizar una compilación de normas jurídicas, relativas a la libertad de expresión y al derecho a la información, respetando la libertad de expresión como garantía individual y el derecho a la información como auténtica garantía social.
- Debe someterse a revisión la legislación vigente y establecerse la participación del estado, no como un instrumento para amordazar o coartar la libertad de expresión, sino para tutelar el irrestricto respeto a esa garantía.
- Reglamentación, tutela y vigilancia estatal que deberá ser más estricta.
- Reglamentar la profesionalización de los comunicadores.

Sustentar una reglamentación en el proceso de comunicación social y el derecho a la información desde esta perspectiva, es apelar porque el mayor número posible de ciudadanos tenga a su alcance, a través de los medios de comunicación de masas, un amplio espectro de información que le permita tener opciones a elegir, cuestiones

que plantearse, opiniones que formarse de un contexto general, así como porque el estado tutele y salvaguarde los intereses de la comunidad, sin prohibir y sin coartar; sin maniatar y sin vetar; pero siempre atento y vigilante al derecho social de informar.

#### **1.4.2 PERSPECTIVA ECONÓMICA**

Todo mecanismo social debe atender las necesidades de sus miembros. Por tanto, no puede prescindir de algún tipo de organización económica, o sea, un mecanismo en el que una economía se ordena con el fin de hacer uso de los recursos, producir bienes y servicios y distribuirlos para el consumo de los diversos individuos y grupos englobados dentro de esa sociedad.

El modo de funcionamiento de un sistema económico, dependerá de los objetivos de la sociedad y de la naturaleza de sus instituciones políticas. No obstante, cualquiera que sea la modalidad adopta, en todos los casos ha desarrollarse algún método (junto con las instituciones económicas correspondientes), encaminado a decidir qué artículos y en cuánta cantidad se producirán y distribuirán; quiénes se encargarán de ellos y a quiénes se destinarán, así como cuándo y de qué manera se hará. Los criterios para la adopción de estas decisiones, variarán según el país; pero los objetivos en el ámbito general son, en esencia, los mismos: Crear bienes y servicios y ponerlos a disposición del público donde y cuando los necesite, con el objetivo de conservar o mejorar el nivel de vida de cada país o bien para ver realizados otros proyectos socialmente definidos.

Desde el punto de vista económico, se puede mencionar que las estaciones de radiodifusión juegan un papel muy importante en el desarrollo económico de una nación, en virtud de que son empresas que poseen la misma funcionalidad con que operan otras asociaciones dentro del mercado. Es importante recalcar que las radiodifusoras, son generadoras de fuentes de empleo, fuente de ingreso, tanto para

los propietarios, agencias de publicidad, clientes directos y para la nación misma, ya que pagan sus impuestos normalmente, como lo hace cualquier organización.

Además, es trascendental, destacar la contribución que llevan a cabo con el público consumidor. Otro aspecto que no puede pasar inadvertido, es el rol que juegan los medios, en la transmisión de noticias que están inmersas en el ámbito económico, ya que se difunden basadas en fuentes fidedignas, para no caer en el error de hacer llegar a la audiencia informes superfluos.

Desde la perspectiva publicitaria la radio posee una buena aceptación para quienes desean anunciarse, puesto que el medio es considerado masivo y de una extensa cobertura para llegar al público en general. Y es que la radio es sumamente accesible en lo que respecta a la parte económica de quienes lo utilizan.

### **1.4.3 PERSPECTIVA CULTURAL**

Producir el cambio por medio de la palabra hablada, es un proceso largo y complejo, no obstante, la función de percepción funciona con efectividad en una sociedad democrática. La función de persuasión es honorable y aquellos que emplean la persuasión en su trabajo, no tienen por qué avergonzarse de ello, todo y cuando esta persuasión sea en beneficio social.

Esta labor incluye la labor del maestro, el predicador, el trabajador social, el trabajador de extensión y virtualmente, todo aquel que tenga trato con las personas. Todos participan en un proceso similar; tratan de producir el cambio mediante la transmisión de mensajes orales o escritos. Esta definición también incluye al propagandista.

Con todo lo mencionado anteriormente, la perspectiva cultural que poseen las radiodifusoras es determinante en toda sociedad, en el sentido de que uno de los

objetivos fundamentales es transmitir cultura, para lograr el cambio de actitud en la audiencia y de esa manera alcanzar el desarrollo integral y sostenible de la misma.

#### **D. SITUACIÓN ACTUAL DE LA RADIO**

Actualmente, la radio como en otros tiempos juega un papel determinante en el que hacer político, económico, social y cultural de determinada nación, debido a que es un medio con características inigualables ante los demás. Ésta orienta, informa, entretiene y cultiva a su audiencia, a pesar de estar orientada a un solo sentido y no tener la ventaja de la televisión. En radio se produce para convencer al auditorio. Por lo tanto, el locutor debe ser una persona con capacidad de persuasión, capaz de movilizar a las masas a que realice determinada acción.

Por otra parte, el avance que ha adquirido este medio en términos técnicos, ha sido formidable. La adquisición de nueva tecnología para mejorar la calidad de audio, tanto en sus estudios de grabación como en el de transmisión, se ha vuelto primordial para los propietarios de éstas, ya que si no lo hacen quedarán relegados ante sus competidores. De los nuevos equipos de transmisión depende el sonido que se transmite. Serán los propietarios o dirigentes de las radios los que adquieran o no dichos equipos.

En cuanto a las programaciones de las radios, se puede plasmar que son el punto clave para la subsistencia de las mismas. De éstas depende su posicionamiento en el rating. Obviamente cada una de ellas tiene definido su mercado meta, para el que deben trabajar constantemente y ofrecerle así una programación acorde a sus necesidades.

## **E. MARCO LEGAL**

Las estaciones transmisoras funcionan bajo licencias para obtener la frecuencia moduladora, la asignación de ella le compete a la Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones (SIGET). El cliente, en este caso los dueños de las radioemisoras, para la obtención de las licencias deberá hacer llegar una solicitud donde enfatice cual es su potencia para dar cobertura. SIGET es quien asigna y clasifica las frecuencias en locales, en un solo pueblo departamental.

La Constitución Política de El Salvador, en su artículo seis consagra también este derecho:

Art. 6: Toda persona puede expresar y difundir libremente sus pensamientos siempre que no subvierta el orden público, ni lesione la moral, el honor, ni la vida privada de los demás. El ejercicio de este derecho no estará sujeto a previo exámen, censura, ni causio, pero los que haciendo uso de él, infrinjan las leyes responderán por el delito que cometan.