

La radio comercial A.M. de Maracaibo y la educación permanente

Iris Prieto de Ramos*

Taking into consideration some social, educational and legal aspects of the radio industry in Maracaibo the author developed a research about programming patterns, educational background of journalistic, experience of communicators in the production of educational programs, and audience programming preferences.

Introducción

El rol fundamental que la radio puede cumplir en el proceso educativo del hombre continúa vigente en la actualidad.

Generalmente cuando se habla de educación, se tiende a circunscribir el proceso a un espacio y a un tiempo determinados, y no a una acción social que involucra al individuo desde que éste nace hasta que muere, y donde los medios de comunicación social, entre ellos la radio, al igual que otras institucio-

* Escuela de Comunicación Social, Universidad del Zulia.

Comunicación y Sociedad (DECS, Universidad de Guadalajara), núm. 21, mayo - agosto 1994, pp. 159 - 171.

nes y organismos, cumplen una función importante junto a la escuela.

La potencialidad educativa de la radio no sólo depende de sus posibilidades y limitaciones, sino en gran medida, del uso que a ésta se le dé para ejercer una influencia positiva o negativa en el proceso educativo de su audiencia.

En Venezuela, además de las funciones informativa y de entretenimiento, la radio debe cumplir una función educativa, según lo establecen la Ley de Educación y el Reglamento de Radiocomunicaciones. Sin embargo, esta última función no se cumple como debe ser, cuestión que motivó a la realización de la presente investigación sobre la radio comercial A.M. de Maracaibo.¹

Para fines prácticos, el trabajo se organizó de la siguiente manera: en el primer capítulo, se plantea lo correspondiente a la caracterización del problema y objetivos; en el segundo capítulo, se exponen las bases teóricas que guiaron el estudio; en el tercero, se plantea la metodología aplicada; el cuarto incluye el análisis e interpretación de los datos, y el quinto y último, corresponde a las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio realizado.

Caracterización del problema

La crisis económico-social que actualmente enfrenta América Latina, no sólo afecta los pobladores de las zonas rurales, sino también en gran medida, a los habitantes de las zonas urbanas.

Según estudio realizado por la División de Estadística y Proyecciones de la CEPAL y el programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (Castellano 1990: 8), sobre la pobreza en América Latina en los años ochenta, 42% de los latinoamericanos son pobres.

1. El presente documento se basa en la tesis de maestría de la misma autora: "Diseño de un modelo de programación educativa para las radiodifusoras comerciales A.M. de Maracaibo". Universidad del Zulia, Venezuela, 1992.

Por su parte, en Venezuela, los resultados obtenidos en la Encuesta de Hogares por Muestreo que la Oficina Central de Estadística e Informática, OCEI (*Idem*), efectuó durante el segundo semestre de 1989, revelan que 51.5% de los pobladores son pobres; es decir, más de la mitad de los venezolanos viven en condiciones económicas deficientes.

El problema de la pobreza se ha agravado a tal extremo, que en 1990 murieron 986 venezolanos por desnutrición y según el Instituto Nacional de Nutrición (Montes de Oca y Darvies 1994: 1), las estadísticas más recientes llevan a pensar que para este año 94, morirían cada día tres venezolanos a causa de la desnutrición.

Esta situación, ha traído como consecuencia un proceso de marginalización socioeconómica y educativa, sobre todo porque existen sectores sociales que ni siquiera han alcanzado la primaria completa, y para superarlo exige del venezolano una educación integral permanente, que no sólo se logra a través del sistema educativo formal, sino a través de la educación no formal, donde los medios de comunicación social, pueden cumplir un papel relevante, debido a su potencialidad educativa.

Cuando se habla de potencialidad educativa de la radio, no se está haciendo alusión a la radio con una programación aburrida, con un maestro instalado detrás de un escritorio, dando clases a través de un micrófono. Se trata, en este caso, de la modalidad no formal dentro de la educación permanente, orientada hacia programas que contribuyan al desarrollo integral del hombre como campañas de capacitación agraria, planificación familiar, de tipo sanitario, conservación ambiental, etcétera.

Esta función educativa que debe cumplir la radio, establecida en la Ley Orgánica de Educación venezolana y el Reglamento de Radiocomunicaciones, supuestamente no se cumple en las radiodifusoras comerciales marabinas de amplitud modulada; por ello en la investigación se plantearon como objetivos generales: establecer un diagnóstico explicativo del subsistema radial comercial A.M. de Maracaibo, en relación con la producción y difusión de programas educativos, y dise-

ñar, con base en los resultados obtenidos, un modelo de programación educativa para las emisoras estudiadas.

Bases teóricas

El enfoque teórico-conceptual de la investigación, se enmarcó en las teorías de la comunicación y de la educación permanente, partiendo de tres grandes aspectos:

El aspecto *social* tomando en cuenta que la radio ocupa un lugar muy importante en la sociedad venezolana actual, debido a que ofrece ventajas que la hacen más accesible a la gran mayoría de la población como lo son: su economicidad, el gran alcance y penetración en las masas, es inmediata, permite además realizar cualquier otra actividad mientras la están escuchando, amén de que es un medio que puede llegar a un público heterogéneo ubicado a lo largo y ancho de la geografía nacional, donde la gran mayoría cuenta aunque sea con un pequeño radio transistor.

Según un Compendio Informativo, presentado por la Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión (1991), en un análisis referido a la posesión de aparatos por vivienda para 1991, se obtuvo como resultado que en Venezuela, existe un total de 4 154 154 viviendas, de las cuales 3 879 980, es decir 93%, poseen aparatos de radio, calculándose un promedio de 2.59 aparatos por vivienda, lo que da una idea de la posición privilegiada que la radio ocupa en el público venezolano al igual que la televisión.

De esa cantidad de emisoras, la gran mayoría son radiodifusoras pertenecientes a intereses privados, cuyos ingresos provienen del sector publicitario. Esto ha hecho que a la radio se le mire más como un medio mercantilista, es decir como un negocio a través el cual se pueden obtener buenos dividendos y no como un medio de comunicación social que puede contribuir significativamente a la educación de los venezolanos.

Con relación al aspecto *educativo*, la utilización de la radio en este campo no es nada nuevo.

Desde hace varias décadas, en varios países del mundo, la radio se ha venido utilizando en las tareas educativas de su audiencia, debido a la gran importancia que este medio de comunicación social tiene por transmisión inmediata de sus mensajes que pueden llegar a un público heterogéneo, conformado por personas que van desde un nivel cultural elevado hasta aquellas que no saben leer ni escribir.

Las posibilidades de aplicación que la radio tiene en el campo educativo son múltiples, pero su efectividad queda demostrada, cuando ésta es utilizada en forma adecuada.

En Venezuela, la radio no ha sido aprovechada al máximo para contribuir a educar a sus oyentes, de manera que se logre en ellos un desarrollo integral, no sólo en el sentido de la simple adquisición de conocimientos, sino en la evolución de todos los niveles del desarrollo personal.

En el aspecto *legal*, se partió de la reglamentación que en Venezuela existe sobre el uso de los medios de comunicación social en el área educativa. Tanto la Ley Orgánica de Educación como el Reglamento de Radiocomunicaciones, establecen claramente normas que la radio, la televisión, la prensa escrita y otros medios, deben cumplir en relación con la educación de sus públicos.

La Ley Orgánica de Educación incluye disposiciones fundamentales en los artículos 11 y 45 sobre la obligación que tienen los medios de comunicación social de prestar su cooperación en la tarea educativa. Asimismo, el Reglamento de Radiocomunicaciones, establece disposiciones muy claras y concretas en lo que concierne a la producción y difusión de programas educativos y culturales que las estaciones radiodifusoras deben cumplir. Estas exigencias no sólo se plantean a nivel de los medios de comunicación social que están en manos del Estado, sino también para los que están en manos de particulares.

En virtud del problema propuesto y las bases de sustentación teórica, en la investigación se planteó la siguiente hipótesis general:

La interpretación que hacen los directores de las radiodifusoras sobre el uso comercial de la radio y la cantidad y calidad de los recursos humanos especializados y cantidad de materiales de apoyo, influyen en la producción y difusión de programas educativos en la radio comercial de amplitud modulada de Maracaibo, dependiendo esta relación de las preferencias y expectativas que tenga la audiencia con respecto a la programación de estas emisoras radiales.

De la hipótesis planteada, se derivaron las siguientes variables:

1. Producción y difusión de programas radiales
2. Recursos humanos que intervienen en la producción y difusión de programas radiales
3. Materiales de apoyo que se utilizan en la producción de programas radiales
4. Preferencias y expectativas de la audiencia
5. Interpretación de los directores sobre el uso comercial de la radio.

Metodología

La investigación utilizada es de tipo descriptivo, tomando como base que según Best (1978:12), este tipo de investigación comprende la descripción, registro o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, o sobre cómo una persona, grupo o cosa, se conduce o funciona en el presente.

Asimismo, se ubica como un estudio de caso, si se toma en cuenta que Ary (*et al.* 1985:308) considera que en éste, el investigador recopila datos sobre el estado presente del sujeto, sus experiencias, el medio y la manera en que dichos factores se relacionan mutuamente.

Los elementos, objeto de estudio en esta investigación, se analizaron en su contexto actual y se relacionaron integralmente, con objeto de hacer un diagnóstico preciso sobre el subsistema radial comercial A.M. de Maracaibo y su relación con la producción y difusión de programas educativos, todo lo cual

sirvió de orientación para el diseño del modelo de programación radial educativa.

Para la muestra, se tomaron en cuenta todas las radiodifusoras comerciales A.M. de Maracaibo y los tipos de públicos a los que éstas dirigen sus programaciones, eligiendo cuatro emisoras: Mara, dirigida a un público selecto; Reloj, a una audiencia juvenil; Calendario y Maracaibo, cuyas programaciones van dirigidas a un público de tipo popular.

La extracción de esta muestra, también fue indicativa para la selección del personal de directores, locutores y periodistas que laboran en las mismas, a quienes precisamente se les aplicaron los instrumentos diseñados para recolectar la información requerida.

En cuanto a la elección de la muestra de la audiencia, ésta se hizo a través de la técnica del conglomerado y se cumplieron las siguientes etapas:

- Muestreo de parroquias
- Muestreo de población por parroquia y
- Muestreo de sectores

En la primera etapa, ésta se cumplió tomando en cuenta las 19 parroquias que constituyen el municipio Maracaibo y a través de un proceso metodológico exhaustivo, se utilizó el método estratificado de afijación óptima, obteniéndose la muestra conformada por once parroquias.

En la segunda etapa, es decir de muestreo de población por parroquia, se emplearon las aproximaciones de la población de diez o más años de edad en las parroquias escogidas, y a través de la aplicación de fórmulas estadísticas, se logró calcular el total de personas a encuestar, que fue de 600. Esta cifra se dividió entre la población de cada una de las parroquias seleccionadas, logrando así saber el número de habitantes a encuestar por parroquia.

En la tercera etapa, la de muestreo de sectores, se escogieron los sectores a ser encuestados clasificando los mismos en: barrios más representativos, barrios menos representativos y urbanizaciones, de acuerdo al número de manzanas y trazados de calles, especificado en el plano de la ciudad, elaborado por

la dirección de Ingeniería Municipal, debido a que no se consiguieron estadísticas sobre el número de habitantes por sector. Los cálculos estadísticos dieron como resultado la selección de 48 sectores para realizar las encuestas.

De este modo, se determinó la lista de sectores donde se aplicaron las 600 encuestas, para conocer las preferencias del público con respecto a la programación radial actual y sus expectativas en relación con la difusión de programas educativos.

Para recabar la información que se requería en la investigación, se diseñaron los siguientes instrumentos:

- Ficha de programación: que permitió ordenar, clasificar y cuantificar la programación radial y determinar el porcentaje de tiempo que se le dedica a los programas educativos.
- Encuesta al personal: que ayudó a determinar si las radiodifusoras seleccionadas cuentan con los recursos humanos especializados para la producción y difusión de programas educativos.
- Encuesta al público: con la cual se investigaron las preferencias de la audiencia con respecto a la programación radial actual y sus expectativas con relación a la difusión de programas educativos.
- Cuestionario a los directores: este instrumento se aplicó a los directores de cuatro emisoras seleccionadas. En el mismo se incluyeron preguntas abiertas y cerradas, y una batería de *items* basada en la escala de Lickert, lo cual permitió determinar la interpretación que éstos tienen sobre el uso comercial de la radio.

Estos instrumentos fueron sometidos a validación por un grupo de expertos, y para verificar su funcionamiento se realizó una prueba piloto. Tanto en la prueba piloto, como en la aplicación de la encuesta de audiencia colaboró un grupo de estudiantes de la mención Audiovisual de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia (LUZ).

El procesamiento de la información obtenida en las encuestas al público y personal de las emisoras seleccionadas, así como en el cuestionario realizado a los directores, se efectuó en el Centro de Computación de LUZ, aplicando el paquete SAS (Statistical Analysis System). Se elaboraron porcentajes, frecuencias simples y acumuladas, y cruces de variables, todo lo cual permitió el análisis e interpretación de los resultados.

Análisis e interpretación de los resultados

Los resultados obtenidos en cuanto a la variable producción y difusión de programas educativos, reflejan que en las cuatro radiodifusoras analizadas (Mara, Calendario, Reloj y Maracaibo), predominan los programas estrictamente musicales (40.45%) y los que combinan secciones musicales con las de otra índole (45.53%), que sumados representan 85.98%.

Los programas deportivos ecuestres y religiosos (evangélicos), representan 7.476%; los de naturaleza informativa, de opinión y deportivos cubren 3.819%, 1.456% y 0.485% respectivamente, y los programas educativos y culturales, cuya función principal es la de instruir a la audiencia, sólo llegan a ocupar 0.388% del tiempo semanal dedicado a la programación regular.

El análisis de los recursos humanos indica que de los periodistas y locutores encuestados, 41.5% se encuentra realizando estudios superiores, 24.5% son profesionales universitarios, 22.6% son bachilleres sin haber continuado estudios superiores, y 9.4% cuenta con estudios de posgrado. Sólo 1.9% tiene sin concluir sus estudios de bachillerato.

En relación con su experiencia en programas educativos, se comprobó que 60.4% no posee ningún tipo de experiencia, mientras que 26.4% ha trabajado sólo en un programa de este tipo como máximo.

Al analizar la utilización de materiales de apoyo para la realización de programas radiales educativos, se comprobó que 75% de las emisoras estudiadas cuentan con biblioteca pero

ninguna en condiciones excelentes. Dos de las emisoras tienen fonotecas, debidamente dotadas; mientras que las restantes cuentan con ese recurso pero no en las circunstancias más adecuadas para la producción de programas educativos. En cuanto al departamento de discoteca, en tres de ellas existen bien equipadas, mientras que en una este departamento no cuenta con buenas colecciones discográficas.

Con respecto a la audiencia, los datos analizados demuestran que de los 600 encuestados (350 femenino y 250 masculino), 48.4% está entre los diez y los 30 años, 37% entre los 31 y los 50, y 14.6% tiene más de 50 años. De ellos, 52% no han culminado sus estudios de educación básica, 14.8% tienen educación media completa, y 12% tiene estudios superiores.

Los programas que más escuchan son los musicales con 66.5%, seguidos de los informativos con 17.17%. Al indagar sobre sus expectativas con relación a programas educativos, los resultados demuestran que los temas preferidos para estos programas son: salud (43.3%), planificación familiar (16.3%), alfabetización (9.5%); lo cual revela que aún cuando los marabinos tienen marcada preferencia hacia los musicales dentro de la programación que actualmente les brindan las radiodifusoras comerciales, si están ávidos de programas educativos.

En relación con la interpretación que los directores de las emisoras dan al uso comercial de la radio, las respuestas obtenidas indican que ellos comparten el modelo o esquema que actualmente rige en esas radiodifusoras. Sin embargo, en vista de que las respuestas dadas alcanzan valores superiores al promedio del *test*, existe la posibilidad de que puedan modificar ese esquema hacia una mejor utilización de la radio, emitiendo en la programación secciones o temas que contribuyan al proceso educativo de los radioyentes.

Conclusiones generales

1. La programación que rige en las emisoras analizadas, responde a los criterios de una radio de entretenimiento. En ellas

predominan, en 85.98%, los programas estrictamente musicales, o aquéllos que combinan secciones musicales con otros aspectos, los cuales en muchos casos incluyen contenidos de poco valor educativo.

Dentro de las transmisiones regulares, los programas que no incluyen secciones musicales como los informativos (3.819%), los de opinión (1.456%) y los deportivos (0.485%), ocupan lugares insignificantes dentro del porcentaje total. Los estrictamente educativos y culturales, ocupan cada uno 0.388% del tiempo de la programación semanal, advirtiéndose así la ausencia casi total de programas formativos y promotores del desarrollo humano y social.

Esto permite concluir que la planificación de la programación de las emisoras Mara, Maracaibo, Calendario y Reloj, responde estrictamente a los criterios de una radio de entretenimiento, basada casi exclusivamente en la música, donde la función informativa se relega a un segundo plano y la función educativa está marginada casi por completo.

2. En las radiodifusoras marabinas, existe el recurso humano calificado en cuanto al nivel de instrucción formal, sin embargo es un personal subutilizado debido al tipo de programación que mantienen esas emisoras. Este es un recurso que podría colaborar significativamente en una programación educativa, aun cuando no tengan experiencia laboral en este tipo de programas por la poca oportunidad que les da el medio radial, al no existir una planificación de tal naturaleza.

3. Los materiales de apoyo para la realización de programas educativos, como fonotecas, bibliotecas y discotecas, no presentan las mejores condiciones en cuanto a cantidad y calidad se refiere en las emisoras analizadas.

4. La audiencia presenta una alta preferencia hacia la radio de entretenimiento. De los programas que les ofrecen las emisoras marabinas actualmente, 66.55% se inclina por los musicales, mientras que 17.75% prefiere los informativos.

Sin embargo, en cuanto a las expectativas hacia programas educativos, los radioyentes demandan programas de este tipo,

referidos especialmente a salud (43.3%), planificación familiar (16.3%), alfabetización (9.5%) y alimentación (7.7%).

Esto demuestra que aun cuando las radiodifusoras marabinas, mantienen casi totalmente marginadas las emisiones educativas y los oyentes tienen marcada preferencia hacia los musicales, sí hay demanda de programas educativos, por lo que se hace necesario que estas emisoras tomen en cuenta las expectativas de su audiencia para planificar su programación.

5. Los directores comparten plenamente el esquema de programación actual de las emisoras que dirigen e incluso consideran que contribuye a elevar el nivel cultural de sus oyentes, pero estiman que se podría lograr una mejor utilización potencial educativo de ese medio.

Recomendaciones

1. Incentivar a las radiodifusoras comerciales a que establezcan convenios con universidades, otras instituciones y organismos educativos, a objeto de capacitar a su personal en la producción de programas para la educación.
2. Fomentar la realización de estudios permanentes en la audiencia, para tomar en cuenta sus expectativas a la hora de planificar la programación.
3. Dotar las bibliotecas, hemerotecas y fonotecas de los elementos necesarios para la producción de programas educativos.
4. Como recomendación final, se presenta el diseño de un modelo de programación educativa, planteado en dos direcciones:
 - a) Insertando secciones educativas de corta duración dentro de la programación actual, para no cambiar violentamente la estructura de la programación que desde hace muchos años mantiene la radio marabina, la cual tiene marcada preferencia en la audiencia.

- b) Implantar una programación educativa específica, que la radio pueda realizar conjuntamente con otras entidades públicas y privadas, educativas o no, a fin de ir desarrollando en la audiencia hábitos hacia ese modelo de programación. Así la radio multiplicaría su efecto beneficioso, y colaboraría con el proceso de aprendizaje que requiere el ser humano a lo largo de toda su vida, convirtiéndose en un medio de culturización, democratización y educación para sus oyentes.

BIBLIOGRAFÍA

- ARY, Donald *et al.* (1985) *Introducción a la investigación pedagógica*. México: Nueva Editorial Interamericana.
- BEST, John W. (1978) *Cómo investigar en educación*. Madrid: Ediciones Morata.
- CÁMARA VENEZOLANA DE LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSIÓN (1991) *¿Por qué invertir en radio?* Caracas, Venezuela.
- CASTELLANO, Marlenis (1990) "América Latina, un continente indigente", *El Nacional*, 12 de agosto. Caracas, Venezuela.
- MONTES DE OCA, Acianela y Vanesa DAVIES (1994) "Tres venezolanos mueren diariamente por desnutrición", *El Nacional*, 12 de abril. Caracas, Venezuela.
- PRIETO DE RAMOS, Iris (1992) "Diseño de un modelo de programación educativa para las radiodifusoras comerciales A.M. de Maracaibo". Venezuela: Universidad del Zulia. Tesis de maestría.