



ABRIR CAPÍTULO IV

CAPÍTULO V

LAS RADIOS INTERNACIONALES,

LOS BLOQUES DE PODER Y LOS ÚLTIMOS CAMBIOS.

Vamos a dedicar un amplio capítulo a estudiar las radios internacionales que han tenido o sufrido situaciones reflejadas por acontecimientos internacionales de los dos bloques, que ya han pasado a ser historia. Es decir los países europeos del Este, el bloque socialista y los países occidentales del viejo continente que están vinculados con el gran amigo americano, los Estados Unidos, a través de acuerdos bilaterales o englobados en la OTAN.

Estamos hablando de la Voz de América, Radio Europa Libre, Radio Liberty y Radio Moscú, o lo que es lo mismo de los Estados Unidos y de la antigua Unión Soviética, y de sus políticas radiofónicas de cara al exterior.

Estados Unidos ha lanzado sus emisiones para el exterior entre varias emisoras situadas en diversos lugares. Entre ellas destacan La Voz de América, Radio Libertad, Radio Europa Libre y Radio Asia Libre (1).

5.1 ESTADOS UNIDOS. VOZ DE AMÉRICA.

Estados Unidos tiene varias emisoras dedicadas a la propagación internacional y además situadas en diversos lugares. Destacan la Voz de América, Radio Liberty, Radio Europa Libre, Radio Asia Libre y Radio Martí.

La Voz de América ha cumplido en 1997, CINCUENTA Y CINCO AÑOS de existencia, depende de la Agencia de Información (USIA) del Departamento de Estado. Su ideología se basa en desarrollar el entendimiento entre Estados Unidos y otros pueblos y fomentar la cooperación internacional (2). Apareció en 1942 con emisiones en alemán como arma bélica. Su política la estableció el entonces presidente Roosevelt al señalar que la Voz de América debía suministrar información real y objetiva sobre los episodios bélicos en todos los momentos aun cuando fuera desfavorable a los Estados Unidos. Cuando finalizó la Segunda Guerra Mundial la VOA fue uno de los puntos claves para la llamada "guerra fría" y en la actualidad ha bajado la intensidad de propaganda al cambiar el panorama internacional sobre todo en el Este de Europa y en la Ex-Unión Soviética. La Voz de América jugó también un papel importante durante la Guerra del Golfo.

Hay que destacar que salvo excepciones la Voz de América casi siempre se refiere en sus programas a lo que sucede en Estados Unidos, y apenas se centra en los hechos del país donde se recibe la señal. (3)

La Voz de América transmite "mil cincuenta horas y cuarto cada semana en 43 idiomas":

Albanés, Árabe, Azerbayano, Búlgaro, Cantonés, Checo, Inglés, Farsi, Georgiano, Hausa, Húngaro, Khmer, Lao, Lituano, Pashto, Portugués, Ruso,

Eslovaco, Español, Turco, Urdu, Vietnamita, Amárico, Armenio, Bangla, Burma, Creol, Dari, Estonio, Francés, Griego, Hindi, Indonesio, Coreano, Latvian, Mandarin, Polaco, Serbo, Croata, Eslovaco, Suahili, Ucraniano, Uzbek.

En 1989 la VOA tenía 2.786 personas trabajando en la emisora y el presupuesto total era de 256 millones de dólares (4). Más adelante trataremos más ampliamente el tema de la audiencia basada en 1989 en 127 millones. La VOA recibe cada mes nada más y nada menos que 36.000 cartas, lo que da idea de su relación con la audiencia.

La Voz de América mantiene 16 estaciones en territorio nacional y 12 en otros países, además de enviar también sus programas vía satélite.

5.2 OYENTES DE LA VOZ DE AMÉRICA.

La voz de América tiene oyentes en todas las partes del mundo. Los análisis de los expertos de la emisora (5) revelan que:

- La VOA llega a todos los grupos de población. Aunque la composición de la audiencia de la emisora difiere de un país a otro, casi todos los oyentes son políticamente inquietos e interesados en otras sociedades. Normalmente, aumentan los niveles de audiencia cuando aumenta el nivel educacional.

- La principal razón por la que la gente sintoniza con la VOA es para escuchar noticias. Los oyentes sintonizan la VOA por su cobertura horaria, sus reportajes informativos y su objetividad.

- Obtener información sobre todos los aspectos de América es también una importante razón de escucha. Descubrimientos americanos en el campo de la ciencia y de la tecnología, la cultura y la música americana son todos importantes para los oyentes.

5.2.1 OYENTES TABULADOS.

En 1989 la audiencia estimada de la Voz de América fue de 127 millones (6). El año anterior fue de 129 millones. Según el Servicio de Audiencias de la VOA, esta caída fue debida a una bajada de la audiencia yugoslava. Sin este factor, y siempre según el servicio de audiencias de la emisora, la audiencia hubiera crecido alrededor de tres millones, lo que la hubiera situado en 132 millones de oyentes. Hay que tener en cuenta que esta estimación mundial excluye a los oyentes que puedan escuchar programas de la VOA en radios

domésticas, las emisiones de la Voz de Europa del programa "Brazilian Branch 's USA" y Radio Martí. Entre los factores que influyen en la audiencia directa se incluyen: (7)

- Crecimientos de tasas de audiencia en varias áreas.
- Estimaciones hechas en algunos países basadas en nuevas o recientes encuestas.
- Crecimiento de la población mundial.

También ha habido una bajada de la presencia de la VOA en otras áreas geográficas. Desde 1986 acuerdos internacionales han obligado a la emisora a cancelar más de 100 horas de emisión cada semana. Dos servicios - Portugués para Europa y Thai - fueron reducidos, junto con otros doce: Albanés, Francés, Inglés, Africa, Hausa, Indonesio, Polaco, Ruso, Español, Suahili, Ucraniano, Vietnamita y programas ingleses mundiales para casi todas las regiones.

Para establecer el tamaño, composición e intereses de la audiencia de programas de la VOA, la USIA comisionó y obtuvo importantes informes sobre la escucha de 75 países en los últimos 11 años. Además, entrevistas llevadas a cabo con viajeros que llegaban de países comunistas, sirvieron para formar la base de la audiencia para los países de la Europa del Este y de la Unión Soviética.

Para estimar la audiencia el Servicio de Audiencias de la Voz de América (8) agrupó a los países en áreas geográficas, por idiomas, niveles de desarrollo, etc. El servicio llegó a las siguientes conclusiones:

- En el mundo alrededor de 127 millones de adultos - de 15 años en adelante - escuchan regularmente la VOA. Esta estimación no incluye oyentes

ocasionales o aquellos que escuchan los programas de la VOA en las emisoras domésticas. Tampoco refleja el impacto en la escucha de la Voz de Europa, Brazilian, Branch's y Radio Martí.

- Los datos de la República Popular China indican que la VOA es la primera emisora extranjera que se oye en aquel país.

El área de escucha más importante de la VOA correspondía en 1989 a Europa del Este, donde los oyentes eran el 18% de la población. En la Unión Soviética se llegaba al 15%.

ADULTOS QUE ESCUCHAN LA VOZ DE AMÉRICA.

Europa Occidental	2,1 millones
Europa del Este	25,6 millones
URSS	32,1 millones
Oriente Próximo	6,3 millones
Sudeste Asiático	19,0 millones
Africa Sub - Sahariana	15,6 millones
Asia del Este y Pacífico	3,2 millones
China	17,0 millones
Repúblicas Americanas	4,8 millones
Area del Caribe	1,4 millones
TOTAL	127,1 millones

¿ QUIÉN ESCUCHA LA VOZ DE AMÉRICA ?

La VOA según los estudios que hemos visto, tiene oyentes de diversos

grupos: jóvenes, adultos, urbanos y rurales, obreros y profesionales. La mayoría están preocupados por el hecho político y están interesados en otras sociedades y en general tienen al menos educación secundaria. Los oyentes de la VOA, como casi todos los oyentes de las radios internacionales, son en general hombres.

En países desarrollados los oyentes son adultos con educación secundaria o superior. En algunos países la VOA tiene un 45 por ciento de adultos universitarios.

La principal razón de la escucha de la VOA es, como hemos apuntado antes, el interés por las noticias y su relato en los programas.

En la información en países ricos la VOA es una fuente suplementaria de información. Los oyentes al escuchar la VOA comparan y contrastan las noticias que les llegan también por otras fuentes.

En países donde el estado controla la información se sintoniza la VOA y otras emisoras internacionales para evitar la censura.

En el mundo subdesarrollado y en sociedades pobres en información como en la América rural y en la mayoría del Africa Sub-Sahariana, la VOA sirve como una importante fuente de noticias de información. (9)

El servicio de Audiencias de la Voz de América nos facilitó un trabajo basado en el estudio hecho en 75 países desde 1978. Los datos de Europa del Este y de la Unión Soviética fueron obtenidos con entrevistas personales y con testimonios de viajeros del Este a Occidente. Es una tabla muy sistemática y simple:

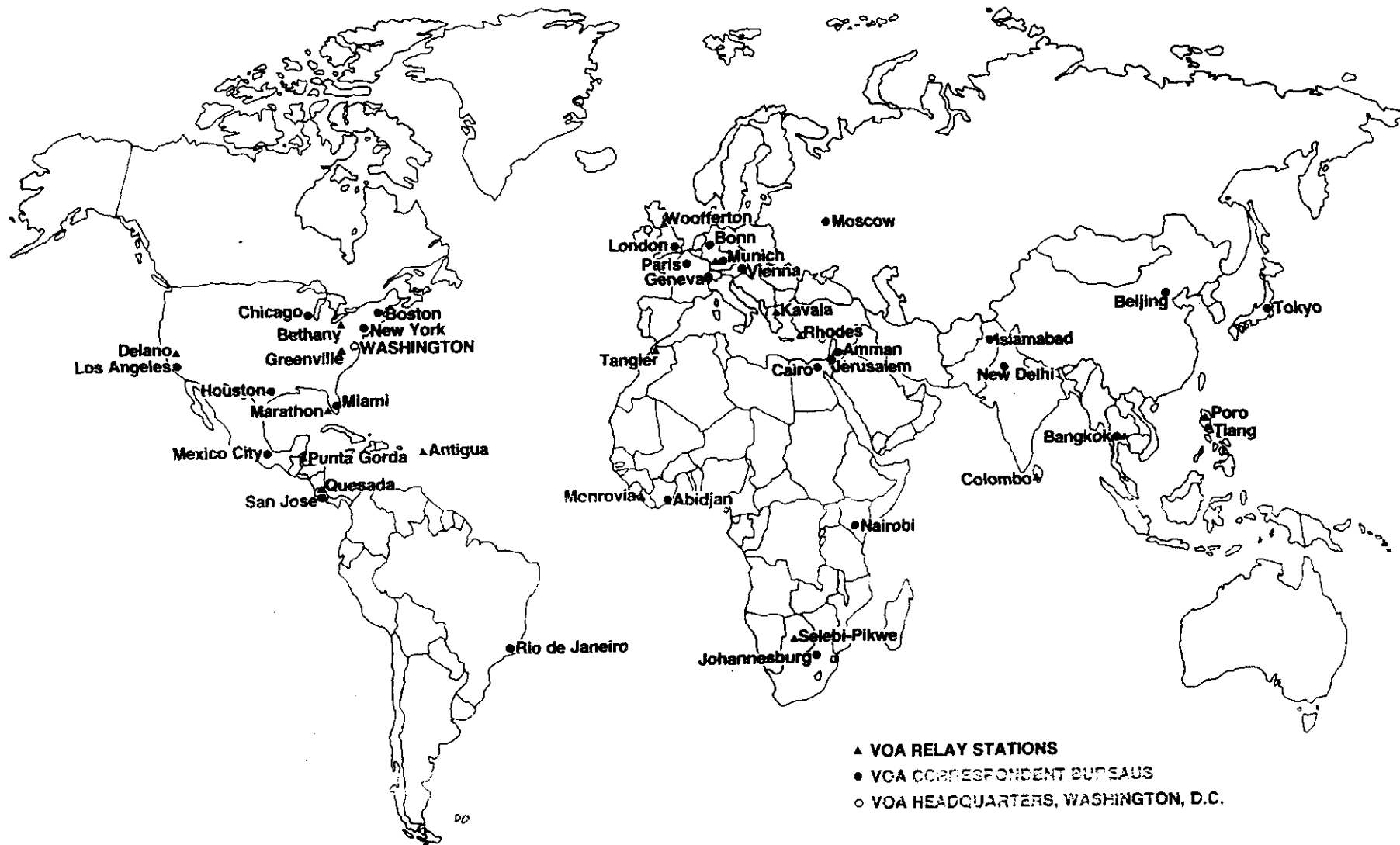
	Total	Población Nacional	Población Urbana	Año del Trabajo 83-84/78-82	
Africa Sub- Sahariana	17	7	10	16	1
Iberoamérica	20	5	15	19	1
Este de Asia	7	5	2	7	0
Europa Occid. y Canadá	8	8	0	4	4
Europa Este y URSS	7	7	0	7	0
O.Próximo	13	5	8	11	2
Sudeste Asia	3	2	1	2	1
TOTAL	75	39	36	66	9

Una emisora, La Voz de América, que también fue noticia recientemente por otros detalles como las demandas por "discriminación sexual" (10). Unas demandas que podrían costar al gobierno norteamericano más de 500 millones de dólares y que pretenden que las mujeres que se han sentido discriminadas, porque intentaron trabajar en la organización radiofónica entre 1974 y 1984, recibían una compensación y las pensiones de retiro que habrían cobrado si hubieran sido contratadas y promocionadas en la emisora.

Tras el estudio de la Voz de América, vamos ahora a presentar a las tres emisoras dependientes de la VOA y que son el más claro exponente de la propaganda política e informativa: RADIO MARTÍ, RADIO LIBERTY Y RADIO EUROPA LIBRE.



A GLOBAL VIEW



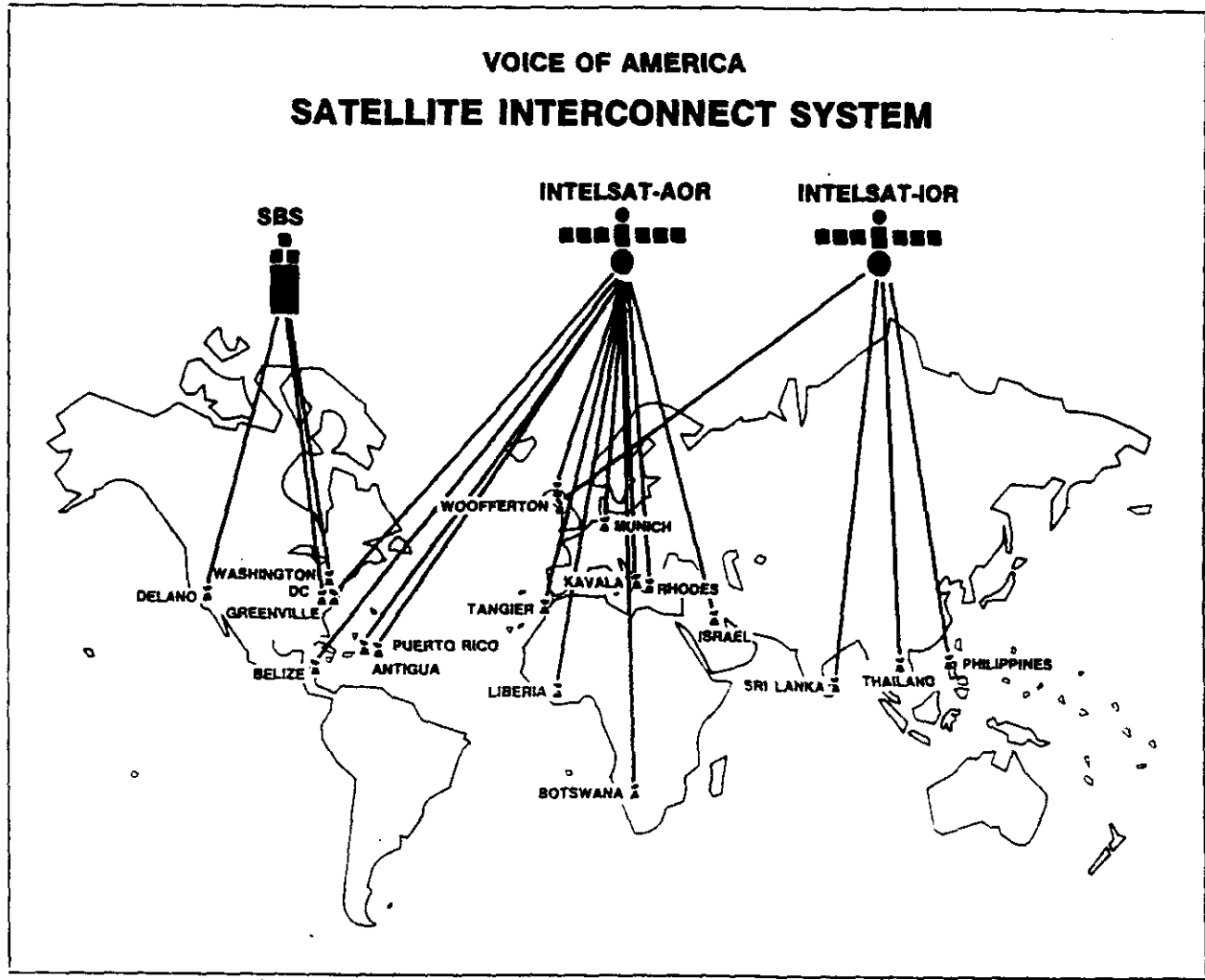
DIRECT BROADCASTS (UTC) WINTER 88/89

BROADCAST SERVICES	DIRECT BROADCASTS (UTC) WINTER 88/89		HOURS DAILY	HOURS WEEKLY
	DAYTIME PROGRAMS	EVENING PROGRAMS		
1. Albanian		1700 - 1730; 1930 - 2000	1:00	7:00
2. Amharic		1800 - 1900	1:00	7:00
3. Arabic: To ME To ME/NA To NA	0400 - 0500; 1200 - 1400 0500 - 0600 0730 - 0800	1700 - 1800 1800 - 2100 2100 - 2200	9:30	66:30
4. Armenian	0200 - 0215	1500 - 1600	1:15	8:45
5. Azerbaijani		1900 - 2000	1:00	7:00
6. Bangla	0130 - 0230	1600 - 1700	2:00	14:00
7. Bulgarian	0400 - 0430	1730 - 1800; 2000 - 2030	1:30	10:30
8. Burmese	0000 - 0030	1130 - 1230	1:30	10:30
9. Cantonese		1530 - 1600	0:30	3:30
10. Creole		2200 - 2300	1:00	7:00
11. Czech/ 12. Slovak	0500 - 0530	1730 - 1800; 2000 - 2200	3:00	21:00
13. Dari	0030 - 0100; 0215 - 0300	1515 - 1600	2:00	14:00
14. English	see next page		40:30	283:00
15. Estonian	0245 - 0300	1530 - 1600; 1630 - 1700	1:15	8:45
16. Farsi	0300 - 0430	1700 - 1900	3:30	24:30
17. French	0500-0630 M-F	1830 - 2200	5:00	32:00
18. Georgian	0215 - 0230	2000 - 2030	0:45	5:15
19. Greek		1600 - 1630	0:30	3:30
20. Hausa	0630 - 0700 M-F	1600 - 1630 M-F	1:00	5:00
21. Hindi	0030 - 0130	1600 - 1700	2:00	14:00
22. Hungarian	0530 - 0600	1800 - 2000	2:30	17:30
23. Indonesian	2200 - 2330	1100 - 1130; 1330 - 1430	3:00	21:00
24. Khmer	2200 - 2230	1400 - 1500	1:30	10:30
25. Korean	2130 - 2200 (Oct-May)	1300 - 1400 (Oct-May)	1:30	10:30
26. Lao		1100 - 1200	1:00	7:00
27. Latvian	0300 - 0315	1430 - 1500; 1600 - 1630	1:15	8:45
28. Lithuanian	0315 - 0330	1500 - 1530; 1700 - 1730	1:15	8:45
29. Mandarin	2200 - 0200	1100 - 1530	8:30	59:30
30. Pashto	0000 - 0030; 0130 - 0215	1430 - 1515	2:00	14:00
31. Polish	0530 - 0630	1900 - 2400	6:00	42:00
32. Portuguese: To Africa To Brazil	0430 - 0500 0900 - 1000 (Oct-Feb)	1730 - 1830 2200 - 2300 (Oct-Feb)	1:30 2:00	10:30 14:00
33. Romanian	0430 - 0445	1800 - 2000	2:15	15:45
34. Russian: West Central Far East	0300 - 0500 2300 - 2400	1500 - 2300 1200 - 1400 0800 - 1100	16:00	112:00
35. Serbo Croat	0445 - 0500	2030 - 2130	1:15	8:45
36. Slovene	0430 - 0500		0:30	3:30
37. Spanish	1100-1400; 1700-1730 M-F	0000 - 0400	7:30	51:30
38. Swahili		1630 - 1730 M-F	1:00	5:00
39. Turkish	0330 - 0400	1630 - 1700	1:00	7:00
40. Ukrainian	0200 - 0400	1600 - 1800	4:00	28:00
41. Urdu	0100 - 0130; 0130 - 0200	1330 - 1430	2:00	14:00
42. Uzbek	0000 - 0100	1400 - 1500	2:00	14:00
43. Vietnamese	2230 - 2330	1230 - 1330	2:00	14:00
SUB TOTAL			151:15	1050:15
Radio Marti	1030-2300	2300-0400	17:30	122:30
TOTAL			168:45	1172:45

VOICE OF AMERICA ANTENNAS AND TRANSMITTERS

RELAY STATIONS	PRIMARY PROGRAM FEEDS	NO. OF ANTENNAS	TRANSMITTER:		AGE	AREA(S) SERVED
			Number, Power, MW or SW	TOTAL KW POWER		
Bethany, OHIO	Commercial satellite circuit	22	3 - 175 SW 3 - 250 SW	525 750	45 20	Latin America and West Africa
Delano, CALIFORNIA	Satellite Interconnect System (SIS)	16	1 - 100 SW 3 - 250 SW 4 - 250 SW	100 750 1000	44 20 3	East Asia and Central America
Greenville, NORTH CAROLINA	SIS	66	6 - 500 SW 6 - 250 SW 4 - 500 SW	3000 1500 2000	35 25 3	Latin America, Western Europe, N. and W. Africa
Judge Bay, ANTIGUA	Lease phone line	1	1 - 50 MW	50	20	Lesser Antilles down to St. Lucia
Bangkok, THAILAND	Satellite via USIA/TVRO system	1	1 - 1000 MW	1000	35	Southeast Asia
Selebi-Phikwe, BOTSWANA	SIS from Greenville	1	1 - 50 MW	50	7	Northern South Africa and southern Zimbabwe
Kavala, GREECE	Commercial satellite	23	1 - 500 MW 9 - 250 SW 1 - 250 SW	500 2250 250	35 17 17	Eastern Europe Eastern Europe; Western, Southern, and Central USSR Used by Greek Gov't.
Rhodes, GREECE	Commercial satellite	8	1 - 500 MW 2 - 50 SW	500 100	35 25	Middle East Middle East
Monrovia, LIBERIA	Commercial satellite	27	6 - 250 SW 2 - 50 SW	1500 100	24 24	Sub-Saharan Africa
Munich and Wertachtal, WEST GERMANY	Commercial satellite	17 68	1 - 300 MW 2 - 100 SW 2 - 500 SW	300 200 1000	42 52 1	Europe, Western USSR Europe, Western USSR Eastern Europe, Western USSR, and North Africa
Poro and Tinang, PHILIPPINES	Commercial satellite	17 39	1 - 1000 MW 2 - 100 SW 1 - 35 SW 3 - 50 SW 10 - 250 SW 2 - 250 SW	1000 200 35 150 2250 500	35 35 35 23 20 7	Vietnam China, Southeast Asia, and East Africa Soviet Far East, China, Southeast Asia and Eastern South Asia
Quesada, COSTA RICA	Shortwave from Greenville	1	1 - 50 MW	50	20	Northern Costa Rica
Colombo, SRI LANKA	Satellite via USIA TVRO system	19	2 - 35 SW 1 - 10 SW 1 - 35 SW	70 10 35	35 35 35	India Used by Sri Lankan Gov't.
Tangier, MOROCCO	Commercial satellite	32	4 - 35 SW 3 - 100 SW 2 - 50 SW 1 - 100 SW	140 300 100 100	43 38 48 38	Eastern Europe and North Africa Shared with Morocco
Punta Gorda, BELIZE	Shortwave from Greenville	2	2 - 50 MW	100	4	Northern regions of Central America
Woolferton, ENGLAND	Commercial satellite	37	6 - 250 SW 4 - 300 SW	1500 1200	25 8	Eastern Europe, Western USSR
TOTALS		397	10 - MW 99 - SW	25,315		

VOICE OF AMERICA SATELLITE INTERCONNECT SYSTEM



5.3 RADIO MARTÍ.

Radio Martí ha cumplido en 1997 doce años de vida. "Radio Martí ofrece al pueblo de Cuba noticias, comentarios y otras informaciones relacionadas con acontecimientos cubanos y todo aquello que promueva la causa de la libertad de Cuba" (11)

Radio Martí tiene 172 empleados y un presupuesto de 12 millones de dólares. Emite desde 05.30 hasta las 23.00, hora de La Habana. Tiene estudios en Washington y en Miami y emite vía satélite y con transmisor terrestre de 50 Kws de potencia.

La emisora con claro componente de propaganda anticastrista recibe, según sus directivos, miles de cartas de oyentes al año. Les ofrecemos una en inglés que nos ha sido remitida por la revista "VOICE" de la VOA: (12)

"I would like to congratulate the entire Radio Martí staff on his third anniversary. I couldn't let this date pass without writing to you. I would feel both had and uninformed if I did not listen to you. It is difficult for me to select my favorite programs, because each of them is unique, original, and with its own identity. In addition, your programming does not contain, the constant political propaganda that our radio, press and television emphasize".

Con este ejemplo de audiencia basta para conocer que es claramente propagandística su programación, en la que se incluyen informativos breves cada media hora y un noticiero de media hora de duración que se transmite a las 19.00 hora de La Habana.

Como ejemplo de las polémicas que despierta Radio Martí, reproducimos

dos noticias, que con el paréntesis de un año, ofrecían dos medios informativos españoles sobre dicha emisora.

La primera era del corresponsal de ABC en Miami, Roberto Laurenti, y en la misma bajo el título "La emisora de Florida única información veraz de la isla", escribía (13):

Aunque el régimen castrista trata de limitar la información que recibe la población, los cubanos siempre se las arreglan para estar al tanto de los últimos sucesos y las noticias de "allá", es decir las que se generan en el exilio de Miami corren por la isla como reguero de pólvora, a veces mucho antes que lo publiquen los medios oficiales.

El Gobierno ha creído hasta ahora que manteniendo "la ley del silencio" el pueblo no reaccionaría con protestas antigobierno, como las ocurridas hace diez días en el malecón habanero, que está provocando la desestabilización del sistema, pero "el ojo que no ve, corazón no siente" ya no funciona en Cuba.

El pueblo se aferra a las noticias de las emisoras hispanas de Miami y a Radio Martí para estar informando de lo que ocurre, dentro y fuera de la isla y las reacciones internacionales de la rebeldía popular y del éxodo masivo hacia Estados Unidos.

Es su contacto con el mundo exterior lo que los mantiene en alerta y vigilantes a la realidad y no a las mentiras de un régimen que ha demostrado su fracaso, político, social y administrativo en 35 años de dictadura comunista. A pesar de que la represión ha aumentado y después de los sucesos muchos han sido arrestados e investigados, por lo que organizaciones políticas y de derechos humanos han enviado informes a organizaciones

internacionales independientes y de Naciones Unidas sobre los últimos acontecimientos en la isla y en particular sobre las detenciones a cientos de opositores y activistas, tanto en La Habana como en ciudades importantes del interior del país.

Los programas de micrófono abierto que se transmiten desde Miami están entre los más populares de la isla y los habaneros se deleitan escuchando las opiniones y críticas de sus compatriotas en el exilio y fue también la radio de Miami quien informó de la llegada de los que habían huido en las lanchas de Regla y Casablanca y que originaron los disturbios en La Habana.

Precisamente en vista de esta penetración de Radio y TV Martí en la isla, tan importante en estos momentos, los miembros de una subcomisión conjunta del Senado y la Cámara de Representantes aprobaron, el martes, mas de 24 millones para operaciones de ambas estaciones en el año fiscal de 1995, garantizando que esta suma llegará intacta, sin recortes, a la votación final del Congreso. Bajo el nuevo presupuesto Radio Martí recibirá 13,4 millones y TV Martí 11,3; 1,2 millones serán empleados para convertir su señal de frecuencia ultraalta (VHF) a frecuencia ultrabaja(UHF), lo cual permitirá que en el período de una año TV Martí pueda transmitir en horas en que hay más audiencia en Cuba y evitar la interferencia del Gobierno cubano.

Como ha ocurrido en años anteriores el presupuesto de las radioemisoras fue objeto de duro debate en las dos Cámaras, pero ahora la situación ha cambiado por completo, el régimen está a punto de resquebrajarse y es la ocasión para hacer fuerza para conseguir el objetivo de hacer caer el sistema y de que el pueblo sepa lo que pasa sin que sea distorsionado por los medios de comunicación oficiales del régimen, como los que publica el diario Granma o se oyen a través de emisoras como Radio rebelde.

Un año más tarde el diario EL MUNDO titulaba "EEUU acusa a Más Canosa de interferir en Radio Martí" y decía(14):

Afirma que el millonario cubano y opositor radical al régimen de La Habana presionó a la dirección de la emisora.

Washington.- Un informe oficial de la Agencia de Información de EEUU(USIA) acusa al empresario de origen cubano Jorge Más Canosa de interferir en la dirección y labor informativa de Radio Martí, dependiente de esa agencia.

El informe del inspector general de la USIA señala que las interferencias de Más Canosa en Radio Martí "desfiguraron deliberadamente" la política estadounidense hacia la isla, informó ayer en su portada el diario The Washington Post.

El Post dice que la intromisión de Más Canosa en enero pasado condujo a emisiones que "socavaron gravemente las iniciativas de inmigración de EEUU" que llevaron a varias agencias gubernamentales a formular una protesta.

Más Canosa, presidente de la Fundación Nacional Cubanoestadounidense, con base en Miami (Florida), fue acusado de actuar en decisiones de personas y de la dirección de la emisora y promovió represalias contra los empleados que se enfrentaron al empresario.

Los resultados del informe será difundidos en un plazo de dos semanas,

pero en resumen ya circula en el Congreso de EEUU.

Las conclusiones del informe se desconocen, pero el diario señala que durante años, los empleados de Radio Martí se han quejado de que Más Canosa interfirió en los nombramientos de personas y en la cobertura informativa, para asegurarse que ésta reflejara sus puntos de vista sobre Cuba.

5.4 RADIO LIBERTY.

Esta emisora inició sus emisiones en 1955, en Estados Unidos. Compartió sus oficinas con las de Radio Europa Libre en Nueva York y en la actualidad está ya desmantelada. Reproducimos aquí una información de Marta Costa Pau, que publicó el diario EL PAÍS el 1 de Noviembre de 1995 (15), y que bajo el título "Radio Liberty se queda sin voz recogía muy bien la situación." Las instalaciones de Radio Liberty, caracterizadas por las imponentes antenas que se lazan sobre la playa de Pals (Girona), seguían ayer tan impenetrables como cuando, en 1959, la Agencia Central de Inteligencia (CIA) de los EE UU eligió este paraje de la Costa Brava como uno de los centros de emisión de propaganda anticomunista hacia la entonces Unión de Repúblicas Socialistas (URSS). Con absoluto hermetismo hacia los medios de comunicación, el centro emisor de Pals, vivió ayer una jornada histórica. A medianoche se paralizaron las emisiones y quedaron atrás 36 años de programación ininterrumpida. Era la consecuencia del anunciado traspaso de Radio Liberty de Pals-hasta ahora gestionada por el organismo no gubernamental Board for International Broadcasting- a manos de la United States Information Agency, el servicio de información del Gobierno de EE UU. Salvo la drástica reducción que va a sufrir la actual plantilla de Pals -sólo 37 de los 52 trabajadores seguirán, a partir del próximo viernes, en las instalaciones como funcionarios americanos-, pocos

detalles han trascendido sobre el futuro del centro emisor. Según David B. Monk, jefe de información de la Embajada de EE UU en Madrid, la continuidad de la estación está asegurada y, en una fecha por determinar, reanudará su actividad, aunque la programación propia dejará paso paulatinamente a la producida desde Voice of América, la emisora oficial del Gobierno norteamericano. La implantación de Radio Liberty en Pals significó la creación de un paraíso laboral en la España franquista. Los 200 trabajadores contratados fueron los primeros en gozar de la implantación de las 40 horas semanales y en recibir incrementos salariales de acuerdo con el IPC. Acontecimientos como la desintegración de la URSS y la caída del muro de Berlín cuestionaron la continuidad de Radio Liberty como medio para combatir el comunismo. No lo entienden así algunos trabajadores o ex empleados del centro de Pals. *"Aún queda mucho trabajo por hacer hasta la plena consolidación del sistema democrático en los países del Este"*, indica Volodimir Borachok, un ciudadano ucraniano que entre 1962 y 1990 trabajó para la emisora. Borachok, uno de los numerosos disidentes de la antigua Unión Soviética que se integraron en las plantillas de los distintos centros emisores de Radio Liberty en Europa, se jacta de haber prestado *"un auténtico servicio"* a la libertad en Europa y atribuye a la emisora un papel decisivo en los cambios que se han producido en los países del Este. *"Jamás se utilizó la radio para hacer propaganda anticomunista"*, afirma Borachok. *"Nuestra misión era ofrecer a la sociedad soviética una información que le era ocultada sobre un sistema alternativo al suyo, democrático y libre"*. Borachok, sin embargo, ya es consciente de que su opinión no es compartida por todo el mundo".

La situación de los trabajadores no mejoró, pues en la nochebuena de ese mismo año, el 24 de diciembre de 1995, la agencia española de noticias EUROPA PRESS pasaba a todas las redacciones el siguiente despacho:(16)
"Siete ex trabajadores de Radio Liberty de Pals(Girona) han presentado una

denuncia contra la empresa por presunta falsedad en documento público. Según los denunciantes, en la memoria a partir de la cual se solicitó el expediente de regulación para rescindir el contrato a 52 empleados "se plantearon de forma equívoca". Aunque en la memoria se decía que la United States Information Agency se reserva el derecho a poder ofrecer los puestos de trabajo a los ex trabajadores, si decidiese utilizar la estación de Pals, los denunciantes mantienen que no recoge en ningún momento el hecho que la empresa tenía noticia que la Voz de América (VOA) sucedería a Radio Liberty, a pesar que directivos de la VOA ya estaban en la empresa desde hacía algunas semanas y se emitían seis horas diarias de programación de la VOA.

En la denuncia se constata que el 3 de noviembre la VOA 'reemprendía las actividades de Radio Liberty en las mismas instalaciones, con una parte del mismo personal (8 35 trabajadores), en la misma sede y con la misma programación', por lo que mantienen que sólo ha habido una sucesión de empresas y exponen que se ha producido un delito contra la estabilidad en el trabajo en la plantilla de Radio Liberty".

Cualquier viajero que llegue a la localidad de Pals, en la Costa Brava española se encontrará todavía con un impresionante campo de antenas que se instaló tras los acuerdos de España y de Estados Unidos (17), y que sirve todavía a la Voz de América, perdiéndose una magnífica oportunidad para que el gobierno español hubiese renegociado el acuerdo y el campo de antenas hubiese pasado a servir a Radio Exterior de España.

5.5 RADIO EUROPA LIBRE.

Radio Europa Libre (RFE-Radio FREE EUROPE) nació en 1949 dentro de un plan importante en el contexto internacional de la "guerra fría" con la

misión encargada directamente por la Casa Blanca de propagar la doctrina anticomunista en los distintos países del llamado "telón de acero" y en los diferentes idiomas de esos países o nacionalidades. Se instaló en Munich y Lisboa y ha mantenido una oficina permanente en París compartida con Radio Liberty.

Llegados a este punto creo que es interesante recoger íntegramente un artículo publicado en 1989 por la revista NEWSWEEK, en el que bajo el título "Las Voces del Cambio". ¿Quién necesita a la radio occidental en el nuevo Este?, se decía:(18)

"No paran de llegar los tributos. Durante su visita a Wasington en el pasado mes de noviembre, el líder de Solidaridad, Lech Walesa, hizo una evaluación del impacto de Radio Europa Libre y de Radio Liberty en los acontecimientos de Polonia. ¿Habría una Tierra si no existiera el Sol?, preguntó.

En Checoslovaquia y Rumania, muchos manifestantes se mantenían al corriente de los acontecimientos en Europa Oriental al sintonizar la emisión de la sede de la Emisora en Munich.

Pero el colapso de los regímenes comunistas presenta una nueva perspectiva para las emisoras radiofónicas que fueron creadas para combatirlos. La pregunta es ahora: ¿somos víctimas de nuestro éxito?, dice el presidente de RFE/RL, Gene Pell.

Los primeros indicios del debate han surgido en Wasington. Kim Andrew Elliot, experto en investigación de audiencia, se cuestiona si RFE/RL debería fusionarse con la Voz de América (VOA). "En tiempos de presupuestos

escasos, los Estados Unidos no pueden permitirse una duplicidad en sus servicios de radiodifusión internacional", escribe.

Al contrario que la VOA, que sirve como red oficial del Gobierno de los EE.UU y cubre la información general, Radio Europa Libre ha actuado como "un servicio doméstico sustituto" para Europa del Este, mientras que Radio Liberty ha tenido la misma función de cara a la Unión Soviética, proporcionando amplísimos informes sobre los acontecimientos internos a amplias audiencias. Pero con el relajamiento de los controles en la región, los medios de comunicación locales están empezando a ser cada vez más competitivos, quitando a veces oyentes a Radio Liberty.

Sin embargo, los directivos de RFE/RL replican diciendo que este es precisamente el peor momento para hablar de fusiones o de recortes en su presupuesto de operaciones (174 millones de dólares). "Somos la póliza de seguros contra la vuelta atrás de lo que ha pasado hasta ahora", dice Pell.

Estos directivos están respaldados en sus argumentos por los nuevos delegados en la región, que han insistido en que las emisoras occidentales deben aumentar sus servicios. En los últimos meses RFE ha abierto sus primeras oficinas en Europa del Este, en Budapest y en Varsovia y sus corresponsales encuentran buena acogida en todas partes.

Una autoridad polaca de alto rango ha dicho a los ejecutivos de RFE que sus emisiones "ayudan a mantener honrado el nuevo gobierno". Tales declaraciones representan un cambio importante, puesto que las emisiones radiofónicas siempre han inspirado ataques virulentos, incluso después de que la CIA dejara de financiarlas en 1971 y de que el Congreso se encargara de ellas. Hoy en día, los europeos orientales tienen más probabilidades de

quejarse del formato de los programas de RFE que de su política. En una encuesta, los oyentes húngaros sugirieron que RFE era "demasiado poco elástica".

Los directivos de RFE dicen que están ajustando sus programas fiándose cada vez más de los informes de primera mano y ampliando sus horarios de emisión. Durante la revolución en Rumania, el servicio rumano aumentó su tiempo de emisión de 10 a 24 horas al día, pero este incremento inspiró algún recelo. Los nuevos gobernantes de Rumania pidieron a RFE un tratamiento más favorable. "Las emisiones radiofónicas fueron muy útiles para nosotros en Rumania, pero esperamos que ahora nos den tiempo", dice Caismir Ionescu, uno de los vicepresidentes del Frente Nacional de Salvación. "No podemos organizar unas elecciones en dos días".

Radio Liberty parece estar en mejor situación. Desde que los soviéticos dejaron de obstruir sus emisiones en noviembre de 1988, la audiencia de RL ha aumentado hasta unos 30 millones, arrebatando a la VOSA, el primer puesto entre las emisoras extranjeras. La "glasnot" (transparencia informativa) ha dado a RL un acceso sin precedentes: políticos que dirigen la reforma, economistas y escritores se dirigen al pueblo soviético a través de sus emisiones, bien mediante entrevistas por teléfono, bien mediante visitas a la sede de Munich. Mientras que los medios de comunicación soviéticos pueden informar más abiertamente que antes, la censura apenas ha desaparecido, y lo que es más importante: las reformas soviéticas parecen mucho más tenues que los cambios en la Europa Oriental. "Este es el momento para el que se creó Radio Libertad, es cuando podemos tener nuestro mayor impacto", dice el Director de Radio Libertad S. Ender Wimbusch.

Aún no hay señales de cambios significativos en el apoyo del Congreso a RFE/RL. Algunos de los representantes del Capitolio esperan que la propuesta de Elliot para una posible fusión con la VOA constituya el tema de un serio debate. Pero hasta que la transformación democrática de los regímenes anteriormente comunistas esté más consolidada, RFE/RL seguirá probablemente funcionando".

5.6 ENCUESTAS DE RADIO LIBERTY Y RADIO EUROPA LIBRE.

Es muy importante, tras haber estudiado las características de las principales estaciones de radio del Oeste llamémoslas "propagandísticas", ofrecer unas interesantes encuestas realizadas por los servicios de audiencias de Radio Liberty y de Radio Europa Libre (19) y que nos fueron entregadas en mayo de 1990.

En 1988 se realizaron 6.546 entrevistas con viajeros del Este a Europa Occidental e Israel. Las entrevistas se hicieron a personas de Checoslovaquia, Hungría, Polonia, Rumania y Bulgaria. Los resultados son muy importantes y hablan por sí sólo del interés de los habitantes de esto cinco países, entonces todavía bajo la órbita comunista, por conocer noticias del Oeste o de sus países contempladas por estaciones de radio occidentales.

	% R.Europa Libre	% VOA	% BBC	% D.Welle
Checoslovaquia	42	45	25	9
Hungría	39	15	13	7
Polonia	46	43	33	4
Rumania	61	35	23	15
Bulgaria	45	20	30	23

Desglosando país por país vemos cuales son las radios occidentales preferidas por sus habitantes:

CHECOSLOVAQUIA	%
Voz de América	45 %
Radio Europa Libre	42 %
BBC	25 %
Radio Austria	18 %

Radio Vaticano	11 %
Radio Luxemburgo	11 %
D. Welle	9 %
Otras estaciones occidental	3 %
Total encuestas	1.154

*** Variaciones en el período 1983 - 1989**

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	%	%	%	%	%	%	%
VOA	36	38	37	39	39	51	45
R. E. LIBRE	38	37	34	34	35	35	42
BBC	16	21	20	18	20	25	25
D. Welle	8	10	9	11	11	10	9

HUNGRÍA %

Radio Europa Libre.	39 %
Voz de América	15 %
BBC	13 %
Radio	13 %
D. Welle	7 %
Radio Luxemburgo	6 %
Radio vaticana	3 %
Radio Canadá International	1 %
Radio Kol Israel	1 %
Otras Radios Occidentales	2 %
Total encuestas	1.214

*** Variaciones en el período 1983 - 1989**

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	%	%	%	%	%	%	%
R. E. LIBRE	50	52	51	54	54	58	39
VOA	21	23	23	26	26	26	15
BBC	11	15	14	18	16	20	13
D. WELLE	7	7	10	10	8	6	7

POLONIA

%

Radio Europa Libre	46 %
Voz de América	43 %
BBC	33 %
Radio Vaticana	11 %
Radio France Int	6 %
Radio Luxemburgo	5 %
D. Welle	4 %
Radio Canadá Int	1 %
Otras Radios Occidentales	0 %
Total encuestas	1.565

*** Variaciones en el período 1983 - 1989**

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	%	%	%	%	%	%	%
R.E. LIBRE	66	66	59	56	51	57	46
VOA	48	48	53	46	48	54	43
BBC	23	33	33	34	36	41	33

R. VATICANA	11	14	9	8	15	13	11
D. WELLE	8	9	9	9	8	6	4
R. FRANCE	1	4	4	6	8	5	6

RUMANIA	%
Radio Europa Libre	61 %
Voz de América	35 %
BBC	23 %
D. Welle	15 %
Radio Luxemburgo	7 %
Radio Vaticana	4 %
Radio France Internacional	3 %
Radio Austria	1 %
Otras estaciones internacionales	1 %
Total encuestas	1.574

*** Variaciones en el período 1983 - 1989**

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	%	%	%	%	%	%	%
R.F. LIBRE	63	61	61	61	64	63	61
VOA	26	23	28	31	36	31	35
BBC	19	18	20	22	21	25	23
D. WELLE	8	10	11	11	12	16	15

BULGARIA	%
Radio Europa Libre	45 %
BBC	30 %
D. Welle	23 %

Voz de América	20 %
Radio Luxemburgo	4 %
Radio Vaticana	3 %
Otras estaciones internacionales	1 %
Total encuestas	1.039

*** Variaciones en el período 1983 - 1989**

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
	%	%	%	%	%	%	%
R.E. LIBRE	40	37	36	39	39	37	45
BBC	27	23	29	32	29	30	30
D. WELLE	10	13	15	21	17	19	23
VOA	20	20	26	24	24	24	20

Es una investigación sobre audiencia muy completa y que como elemento destacable a nuestro entender es como sube la audiencia de las emisoras internacionales de occidente, a partir de los últimos años, a causa de los acontecimientos políticos que se esperan y los mensajes o noticias que esas emisoras transmiten.

Es importante también conocer quien participó en la encuesta, sexo, edad, educación y la región de residencia. Esos datos también fueron importantes y demostraron la inquietud de la banda de edad de 20 a 50 años.

CHECOSLOVAQUIA	%
Hombres	54
Mujeres	46
18-19 años	4
20-29 años	29

30-39 años	26
40-49 años	2
50-59 años	9
Más de 60 años	12
Estudios elementales	51
Secundarios / Universitarios	49
Bohemia Central	4
Sur Bohemia	6
Oeste Bohemia	6
Norte Bohemia	8
Este Bohemia	7
Norte Moravia	9
Sur Moravia	16
Oeste Eslovaquia	15
Centro Eslovaquia	7
Este Eslovaquia	6
Praga	17
Total encuestas	1.154
HUNGRÍA	%
Hombres	54
Mujeres	46
18-19 años	6
20-29 años	27
30-39 años	23
40-49 años	20
50-59 años	10
Más de 60 años	14
Estudios elementales	53

Secundarios / Universitarios	47
Noroeste	15
Suroeste	8
Central	19
Norte	8
Este	7
Budapest	43
Total encuestas	1.214

POLONIA	%
Hombres	52
Mujeres	48
18-19 años	2
20-29 años	31
30-39 años	30
40-49 años	15
50-59 años	10
Más de 60 años	13
Estudios elementales	53
Secundarios / Universitarios	47
Noroeste	8
Oeste	9
Suroeste	10
Sur	20
Centro	18
Noreste	3
Este	9
Sureste	4
Varsovia	19

Total encuestas 1.565

RUMANIA %

Hombres 57

Mujeres 43

18-19 años 4

20-29 años 19

30-39 años 23

40-49 años 25

50-59 años 17

Mas de 60 años 12

Estudios Elementales 55

Secundarios / Universitarios 45

Muntenia / Dobrogea 19

Moldavia 16

Transilvania 28

Oltenia 6

Banat 12

Bucarest 18

Total encuestas 1.574

BULGARIA %

Hombres 63

Mujeres 37

18-19 años 2

20-29 años 24

30-39 años 31

40-49 años 23

50-59 años 10

Más de 60 años	9
Estudios elementales	67
Secundarios / Universitarios	23
Región de Sofía y Mihailovgrad	23
Lovech/Razgrad	20
Varna / Burgas	19
Haskovo / Plovdiv	14
Sofía	24
Total encuestas	1.039

Las encuestas se realizaron en Amsterdam, Bruselas, Londres, Copenhague, Oslo, París, Roma, Viena y Tel-Aviv por 11 institutos de Opinión Pública:

INTORA	Viena
OESTERREICHISCHES GALLUP INSTITUT	Viena
GESELLSCHAFT FUER MARKETING-BERATUNG MBN	Viena
FIELD SERVICE S.A.	Bruselas
SOCIAL RESEARCH	Copenhague
COFREMCA / DEMOSCOPIE SONDAGES	París
INSTITUT FUER MARK-UND-SOZIAL-FORSCHUNG / E.A. NAETHNER	Roma, Amsterdam
MST SERVICES LTD	Londres
QUALITATIVE CONSULTANCY LTD	Londres
MARKEDS - OG MEDIAINSTITUTTET A.S.	Oslo
PUBLIC OPINION RESEARCH OF ISRAEL, LTD	Tel - Aviv

Como apunte final ofrecemos el número de viajeros de esos cinco países que visitaron naciones occidentales:

CHECOSLOVAQUIA	687.000 (1988)
HUNGRÍA	3.325.000 (1988)
POLONIA	1.665.000 (1988)
RUMANIA	no disponible
BULGARIA	99.000 (1987)

5.7 RADIO MOSCÚ.

En este apartado del capítulo dedicado a las grandes emisoras que exportan su filosofía política, no vamos a hablar sólo de Radio Moscú, sino que también vamos a introducir elementos importantes para poder entender lo que era la sociología del oyente en la antigua Unión Soviética y lo que se espera de ella.

En octubre de 1989 Eugene Parta, director entonces del área de investigación de la audiencia de la Unión Soviética de Radio Europa Libre y de Radio Liberty, me hizo llegar a Madrid un interesante trabajo titulado "Recent Developments in Soviet Public Opinion Research" (20). En el trabajo, Eugene Parta llegaba a las siguientes conclusiones:

"La sociología se ha desarrollado lentamente en la Unión Soviética, en parte porque la conducta de la búsqueda sociológica empírica es una cuestión de ciertos asuntos ideológicos. Estudios científicos para demostrar dicha búsqueda, la han encontrado forzosamente en términos de las materias que deben estudiar, la metodología que deben utilizar y la manera en la cual han de presentar sus descubrimientos. En años recientes, de todas las maneras a la vez que el estado ha reconocido que necesita información veraz sobre varios segmentos de la sociedad, han aparecido nuevas oportunidades sobre la investigación sociológica. Los científicos han podido funcionar más autonomamente y a ejercitar un mayor control sobre los aspectos metodológicos de su trabajo. El estudio de la opinión pública forma una importante parte de la reciente búsqueda sociológica soviética.

La "glasnot" y la "perestroika" han aumentado el interés en la opinión pública: los medios de comunicación soviéticos son capaces de recortar las

actitudes públicas hacia una amplia variedad de materias y el establecimiento de cooperativas ha creado demanda para estudios consumistas y otro tipo de opinión e investigación de mercados. Muchos centros e institutos han estado organizados para conducir la búsqueda de la opinión pública y algunos de los sociólogos líderes de Unión Soviética están envueltos en esos esfuerzos.

Las dos principales instituciones envueltas en la investigación de opinión son el Instituto de Sociología de la Academia de Ciencias de URSS encabezado por Vladimir Yadov, un respetable sociólogo, y el Centro de toda la Unión para el Estudio de la Opinión Pública, dirigido por Tatyana Zaslavskaya, una prominente socióloga y economista.

Los centros dedicados al estudio de la opinión pública están situados en muchas instituciones académicas, así como en el gobierno y organizaciones del Partido. Muchos periódicos y semanarios tienen ahora secciones de sociología. Además, muchos centros de investigación se han establecido como cooperativas. Algunos de estos centros han iniciado trabajos con centros de investigación extranjeros.

No es necesario decir que la calidad de las investigaciones de estas organizaciones varía bastante, dependiendo de sus recursos, restricciones impuestas por las instituciones que las sponsorizan y las actitudes y profesionalismo de los especialistas en investigar. Mientras la metodología de los estudios soviéticos han mejorado en los últimos años, algunos problemas persisten:

- Mientras algunos de los instrumentos de investigación están bien diseñados, otros contienen formulaciones mal planteadas. Los cuestionarios usados a nivel nacional están, en general, en ruso, con consecuencias

predecibles para las tasas de participación en las Repúblicas que no hablan ruso.

- La dificultad de obtener un resultado científico que se adecue a la diversidad étnica y social de la Unión Soviética es, quizás, el principal problema con el que se encuentran los investigadores soviéticos. La mayoría de la investigación soviética utiliza ejemplos representativos de Moscú o de algunas ciudades principales.

- En general es difícil determinar la extensión con la que los resultados pueden ser considerados representativos desde que la información completa raramente acompaña recuentos públicos de resultados.

- Los estudios están a menudo basados en cuestionarios publicados en los periódicos, lo que significa que muchos ejemplos están seleccionados por sí mismos. Algunos estudios están realizados a través de entrevistas telefónicas, pero pocos soviéticos tienen teléfonos en sus casas. Este método sólo puede ser utilizado con éxito limitado. Las entrevistas cara a cara generan el más real y representativo resultado.

- Los investigadores se han planteado cuestiones sobre la validez de las respuestas: algunos entrevistados parecían dar respuestas que ellos consideran apropiadas, más que contestar en lo que realmente refleja su opinión.

Como los principales sociólogos soviéticos han apuntado, la importancia de la opinión pública en las consideraciones políticas no ha sido del todo reconocida. Muchos oficialistas son reticentes al reconocer que la opinión pública merece un serio estudio. No está claro el uso que el gobierno y el

Partido hacen de las investigaciones que ellos mismos requieren.

Aunque la investigación sociológica ha sido reconocida como legítima y ha tenido garantizada una independencia, está todavía lejos de la autonomía. El primer motivo del estado para encargar las investigaciones, no es ver el desarrollo de la sociología como pura ciencia, sino promover los éxitos de la "perestroika". Esto se ve reflejado en el hecho de que algunos tópicos permanecen fuera de los límites. Los investigadores siguen directa o indirectamente dependientes de la sanción estatal a su trabajo y a la publicación de sus descubrimientos o resultados. Por el momento se piensa que las necesidades del estado coinciden con los intereses de serias investigaciones".

Unas interesantes conclusiones hechas al año de que la entonces Unión Soviética cesase en sus interferencias hacia la Voz de América, mientras Radio Moscú sufría importantes modificaciones y se preparaba para los nuevos rumbos.

Las emisiones para el exterior de Radio Moscú, hasta prácticamente finales de 1991, dependían del Comité Estatal para la Radio y la Televisión dentro del ministerio de Correos y Telecomunicaciones. Difundía sus programas en más de 60 lenguas, muchas de las antiguas repúblicas que configuraban la URSS y disponía, dispone todavía, de importantes y mastodónticos centros emisores en varias zonas del antiguo gran estado. En la visita que realicé a los viejos y obsoletos estudios centrales de la emisora en Moscú, en junio de 1990, el director de entonces, Alexander Plevako, me hablaba de la carencia de medios y de la antigüedad de los existentes. De cualquier forma, desde 1989 Radio Moscú, aún sin abandonar la política de propaganda, encaminada entonces a hablar de las bondades de Gorbachov,

inició una política clara de acercamiento a las emisoras occidentales y así conseguimos su participación en el famoso programa "Debate Europa" y la colaboración con Radio Exterior de España en un acuerdo que firmaron ambos directores y que ofrecemos a continuación, así como la programación en castellano de Radio Moscú, dirigida fundamentalmente a España.

5.8 ACUERDO RADIO MOSCÚ - RADIO EXTERIOR DE ESPAÑA.

A C U E R D O

de cooperación entre Gosteleradio de la URSS y Radio Exterior de España.

Gosteleradio de la URSS y Radio Exterior de España han convenido las direcciones fundamentales de su cooperación:

1. -Preparar programas informativos de contenido sociopolítico y cultural, temas deportivos, etc. a solicitud previa de las partes.
2. -Preparar y transmitir información de actualidad por teléfono en los días de importantes acontecimientos en la Unión Soviética y en España.
3. -Organizar radio-puentes sobre problemas de actualidad.
4. -Seguir colaborando en el marco del programa internacional "Debates europeos".
5. -Intercambiar regularmente información relativa al desarrollo de las emisiones de los dos países para el extranjero.
6. -Reseñar recíprocamente los programas de Radio Exterior de España en ruso y de Radio Moscú Internacional en español.
7. -Contribuir a la publicidad de los programas de Radio Moscú Internacional en los medios de información de España y de los programas de Radio Exterior de España en los de la Unión Soviética.
8. -Estudiar la posibilidad de intercambiar especialistas y practicantes para trabajar en los correspondientes servicios de las dos emisoras.
9. -Estudiar la creación de un radio-canal conjunto soviético-español en Moscú (música, noticias breves, escenas de la vida española, publicidad).

Acuerdo firmado en Moscú el "25" de mayo de 1990.

Por Gosteleradio de la URSS

Por Radio Exterior de España

5.9 PROGRAMA PARA ESPAÑA DE RADIO MOSCÚ.

Hora de España	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
20.00	P R O G R A M A			I N F O R M A T I V O			Noticias
20.45	Perestroika 3a audición	URSS-España: contactos 3a audición	Prensa en la URSS 3a audición Frecuencia RM 3a audición	Radioviajes 3a audición Casa común europea 3a audición	Club juvenil 3a audición	Programa musical 3a audición	Revista de los domingos Cultura soviética 3a audición
21.00	N O T I C I A S			I N F O R M A T I V O			
21.10	T E M A			A C T U A L			
21.20	Algo más...	Panorama	Algo más...	Panorama	Algo más...	Panorama	Debate Europa
21.45	URSS-España: contactos 4a audición	Prensa en la URSS: 4a audición Frecuencia RM 4a audición	Radioviajes 4a audición Casa común europea 4a audición	Club juvenil 4a audición	Programa musical 4a audición	Cultura soviética 4a audición	Perestroika 4a audición
22.00	P R O G R A M A			I N F O R M A T I V O			Noticias
22.45	Prensa en la URSS 3a audición Frecuencia RM 3a audición	Radioviajes 3a audición Casa común europea 3a audición	Club juvenil 3a audición	Programa musical 3a audición	Cultura soviética 3a audición	Perestroika 3a audición	Revista de los domingos URSS-España: contactos 3a audición
23.00	N O T I C I A S			I N F O R M A T I V O			
23.10	T E M A			A C T U A L			
23.20	Panorama	Algo más...	Panorama	Algo más...	Algo más...	Algo más...	Debate Europa
23.45	Radioviajes 2a audición Casa común europea 2a audición	Club juvenil 2a audición	Programa musical 2a audición	Cultura soviética 2a audición	Perestroika 2a audición	URSS-España: contactos 2a audición	Prensa en la URSS 2a audición Frecuencia RM 2a audición
00.00	P R O G R A M A			I N F O R M A T I V O			Noticias
00.45	Club juvenil	Programa musical	Cultura soviética	Perestroika	URSS-España: contactos	Prensa en la URSS (1a y 3a semana del mes) Frecuencia RM (2a y 4a semana del mes)	Revista de los domingos Radioviajes (2a y 4a semana del mes) Casa común europea (1a y 3a semana)

5.10 INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIA Y CARTAS DE LOS OYENTES DE RADIO MOSCÚ.

Todas las emisoras internacionales estaban interesadas en saber y conocer el desarrollo de la sociedad de la antigua URSS. Todos querían ganar ese mercado de millones oyentes que estaban vírgenes y que ansiaban a pasar de "uso bélico de las emisiones" de la "guerra fría" a la "guerra del mercado". Se había pasado del enfrentamiento, como por ejemplo el atentado que hubo contra las instalaciones de Radio Europa Libre en marzo de 1981, a la colaboración. Se había pasado de los programas en los que se premiaba con las obras completas de Lennin, para el oyente cubano que acertara el número de las Repúblicas de la URSS (21), a la petición de ayuda y de elementos técnicos.

Creemos que llegando a este punto es importante recoger otro interesante trabajo que publicó en noviembre de 1989, Graham Mytton, responsable del servicio de audiencias de la BBC, y que bajo el título "Investigación de Audiencia y Cartas de los oyentes de Radio Moscú", decía:(22)

"En el mes de abril visité radio Moscú y conocí a Zinaida Petrova, que está al cargo del departamento que se ocupa de las cartas de los oyentes. También es responsable de llevar a cabo una investigación regular entre los oyentes mediante el envío de cuestionarios.

Mis anfitriones en Radio Moscú me dieron cuatro informes. Con la colaboración del Ayudante de la Correspondencia Rusa de IBAR, he resumido algunos de los puntos principales. Los informes son interesantes, no tanto por lo que dicen de los oyentes sino por lo que dicen acerca de los cambios en la

Radio Moscú misma.

Empiezo con tres informes sobre las contestaciones a cuestionarios postales enviados a oyentes en Mongolia, Brasil y Japón en 1988. La Sra Petrova me dijo que emplean el mismo cuestionario en todos los idiomas y para todos los países con solo modificaciones menores. En uno de los informes el autor señala que puede informar sobre el comportamiento y puntos de vista únicamente de oyentes activos, probablemente a favor de la Radio Moscú. Pero por otro lado las contestaciones se analizan como si fueran típicas. Esto esta en acuerdo con la tradición de Gostelradio que también presta, en el terreno doméstico, mucha atención a los puntos de vista de aquellos que escriben cartas. Hace relativamente poco tiempo que se emplean los métodos de investigación de audiencia por muestreo al azar. Pero mientras que estos métodos más eficaces que ya han llegado para el análisis del comportamiento de la audiencia nacional, Radio Moscú todavía se confía enteramente en las cartas y cuestionarios - postales para aprender datos sobre su audiencia en otros países.

Parece que se supone implícitamente que o bien aquellos que escriben, representan a los que no lo hacen, o que aquellos que escriben merecen que se tenga más en cuenta su comportamiento, posturas y características como siendo la audiencia realmente importante - los oyentes que realmente importan.

1.- Oyentes mongoles.

Este es el informe más positivo. El escritor indica que Radio Moscú debe estar muy satisfecha con los resultados.

Se enviaron 5.000 cuestionarios (no dice como se seleccionaron los destinatarios). Se devolvieron 1.743, o sea un 35% de respuesta.

Casi dos terceras partes de los destinatarios eran mujeres, la mayoría era joven y vivía en áreas rurales. Pero casi la mitad eran estudiantes y menos de un 10% trabajaba realmente en la agricultura.

El informe anota con satisfacción que 50% de los oyentes de Radio Moscú llevaban seis años o más escuchándola pero que también nuevos oyentes están atraídos, especialmente las mujeres. La mayoría son oyentes "regulares" nada sorprendente en este tipo de cuestionario-postal. Pero es interesante notar que la palabra "regular" tiene el mismo significado para los investigadores de audiencia en Radio Moscú que para sus colegas en la BBC, VDA, DW y otros. En este y los demás informes, la palabra "regular" se emplea para describir aquellos que dicen que escuchan por lo menos una vez por semana.

Al final, hay varias recomendaciones. Debido a que los oyentes mongoles sintonizan tan a menudo Radio Moscú, los programadores deben "ser muy exigentes con todas las emisiones para Mongolia".

Hay otros comentarios interesantes en el informe. Quizás al reflejar las críticas de los oyentes hacia otros servicios, el informe nota "para nuestra sorpresa, que la audiencia evalúa las emisiones de Radio Moscú como objetivas y profesionales". El que escribe el informe también expresa sorpresa hacia la respuesta a una pregunta sobre intereses y opiniones. Evidentemente los mongoles que contestaron, muestran interés por temas políticos y filosóficos, más que en los casos de los oyentes de otros países.

Otras recomendaciones en el informe advierten que debería haber un programa para mujeres y que el ruso por radio debía ser reanudado para Mongolia.

2.- Oyentes brasileños.

Debido a razones políticas este fue el primer cuestionario con éxito en Brasil.

Se enviaron 510 cuestionarios; se devolvieron 143 (28%). Los destinatarios brasileños eran jóvenes (55% de 30 años o menos) y muy bien educados (60% con más que una educación secundaria). Sólo un 4% eran mujeres y un grupo sin ocupación concreto era dominante.

El contraste con Mongolia, donde la mayoría de los entrevistados dijeron que escuchaban Radio Moscú en grupos, el 84% de los brasileños dijeron que escuchaban solos. El escritor del informe comenta que esto probablemente refleja los temores por parte de unos oyentes en un país donde una dictadura de derechas era muy reciente.

Los brasileños que contestaron indicaron que escuchan la radio para oír las noticias soviéticas y los puntos de vista soviéticos sobre los asuntos mundiales. Sin embargo, el informe nota que algunos oyentes tienen la impresión que Radio Moscú está censurada y restringida en cuanto a lo que puede informar y discutir sobre los asuntos soviéticos "especialmente en cuanto a los niveles de vida de la población". Para algunos, Radio Moscú da "demasiada atención a la autoalabanza en vez de discutir sobre los problemas y de reflejar las vidas de la gente corriente". También había críticas sobre la calidad de la traducción al portugués.

En informe concluye que hay buenas perspectivas para aumentar la audiencia, que se debe mejorar la presentación del programa, que se debe dar mayor cobertura a la perestroika y que se debe reanudar los cursos de ruso por radio.

3.- Oyentes japoneses.

Se enviaron 5.000 cuestionarios y se devolvieron 1.577 (32%). Según una técnica empleada por IBAR, se enviaban dos cuestionarios a cada persona y se le decía que diera uno a otro oyente. Desgraciadamente, el informe no dice cuantos cuestionarios de este tipo fueron devueltos.

El 48% de los que contestaron eran escolares y 21% tenían una educación superior. En 1980, el año del último cuestionario-postal al Japón, el 76% de los que contestaron tenían 15 años o menos (aunque el investigador no nota este hecho, ya que esto ocurría hacia el final de un período en que la escucha de las emisoras radiofónicas extranjeras en el Japón era un pasatiempo popular para muchos niños de edad escolar).

La audiencia ha envejecido un poco, pero todavía el 81% tienen 25 años o menos.

El informe nota con satisfacción que, aunque muchos de los que contestaron eran oyentes de hacía tiempo, el 29% habían empezado a escuchar solo durante el último año.

Después del análisis, el informe recoge muchas críticas. Algunas son explícitas, otras están implícitas por algunos resultados. El autor de pocos detalles y tiene claro que los oyentes japoneses son críticos de Radio Moscú

y evidentemente con toda razón. El investigador parece estar de acuerdo con los puntos de vista más críticos de los que contestaron.

Únicamente un 1% dijeron que preferían Radio Moscú a las demás emisoras. Hubo críticas por la falta de programas interesantes. Los que contestaron querían, entre otras cosas, oír sobre Rusia, pero querían honradez.

Algunos expresaban su aprecio de los "cambios positivos" en la producción; los que contestaron juntaron los programas que ahora "discutían de forma veraz los aspectos negativos en el desarrollo del socialismo, las historias de delincuencia, la represión de la era de la emisora, etc".

En el caso de los que contestaron desde Brasil y Mongolia, las noticias no eran una razón prioritaria para la escucha. Pero para los japoneses era una demanda importante. Y es con referencia a las noticias cuando se hacen las críticas más acerbadas. Se critica Radio Moscú por su lentitud, por su falta de credibilidad en asuntos internacionales y por ser abiertamente propagandística.

Se ofrecen pocas cifras y es evidente al leer el informe que estas y otras críticas han sido recogidas de las escritas en los cuestionarios. Lo que no está demostrado es cual era la proporción de oyentes que expresaron críticas. Lo que sí está claro es que el que escribió el informe está impresionado por el volumen y los temas de las quejas.

Se describe Radio Moscú, en varias formas, como "pesada", "árida", "monótona", "fría", "rígida", "tristona" y "sin humor".

Los que contestaron sugirieron que Radio Moscú debería examinar los distintos puntos de vista, tanto soviéticos como occidentales e, "intentar

evitar etiquetar a los oponentes, haciendo un esfuerzo para ser neutral, siguiendo el ejemplo de la BBC. Una de las expresiones más empleadas por Radio Moscú": El "imperialismo americano" solo producía risa entre los oyentes. "no es seria y mina la autoridad del locutor". Se citan otros ejemplos de una supuesta parcialidad.

Se insiste en que la monotonía y la ausencia de chistes es un problema que necesita atención si Radio Moscú quiere ser atractivo para los oyentes. Se la compara desfavorablemente no sólo con los medios locales sino también con Corea del Sur, la BBC y la Deutsche Welle.

Un informe largo y crítico concluye con recomendaciones para una mayor investigación sobre la audiencia japonesa y sobre sus puntos de vista y motivaciones.

4.- Cartas de los oyentes.

No fue fácil resumir este informe, ya que las definiciones y categorías no están siempre claras. Sin embargo lo siguiente parece ser correcto:

Las cartas han sido enumeradas por servicio y no por idioma. Además, Radio Moscú tiene servicios separados en inglés para USA y Canadá, para el Reino Unido e Irlanda y un Servicio Mundial en inglés. Por supuesto el objetivo de un servicio no garantiza de donde vendrán las cartas. Por tanto el servicio para los Estados Unidos recibe muchas cartas del Reino Unido y viceversa. En los primeros tres meses de 1989, el conjunto de los servicios externos de la Gostelradio recibió 50.985 cartas.

Servicio/ área Número de cartas recibidas

Europa Socialista más Cuba	15.466
Asia Socialista (China, Vietnam, etc)	1.896
USA y Reino Unido	4.170

Europa Occidental	6.037
América Latina	1.920
Árabe	1.960
Sur y Sur Este Asiático	8.790
Africa	9.233
Servicio Mundial en ruso (empezado este año)	193
Radio Paz y Progreso	1.320

Total	50.985

Cuando se analiza esto por idioma, como nosotros lo hacemos, el mayor número de correo debería aparecer entre las cartas en alemán, polaco y rumano. Me dijeron, cuando pregunté en el mes de abril, que las tablas confirman esta estadística algo sorprendente. El servicio para Alemania Occidental, Austria y Suiza recibe 2.370 cartas mientras que el de Alemania Oriental recibe 2.920. Se escribieron 4.900 cartas desde Polonia y 4.890 de Rumania, evidentemente en los idiomas correspondientes.

Estos totales de cartas indican que no hay relación alguna entre el número de cartas y el número de oyentes.

Durante estos tres meses de este informe cumbre, llamaron por teléfono 246 oyentes a Radio Moscú. El informe también analiza que respuesta se dio a las cartas, cuantas contestaciones se enviaron, cuantos avances de programa, y cuantos envíos de regalos. En el mes de marzo se recibieron 17.287, de los cuales 4.915 se emplearon como material de radiodifusión en los programas. Se contestaron casi todas las cartas-. Se mandaron 12.999 cartas, 1.732 paquetes y 7.927 avances de programas a los que escribieron cartas.

Hay algo de discusión en Radio Moscú sobre la eficacia y valor de

mandar diversos souvenirs y regalos a los oyentes. Esto probablemente distorsiona los totales del correo y muchas cartas pueden venir de gente que no son oyentes. Incluso, así, uno de los informes que resumí antes, aprueba la practica. No es de extrañar que aquellos que contestan a los cuestionarios les gusta recibir regalos.

Recientemente la Radio Moscú ha expresado interés en la investigación de audiencia que hacemos en IBAR y estamos a la espera del Director dentro de poco".

"Noviembre 1989"

5.11 LA VERDAD EN EL AIRE.

Por último, y para cerrar este capítulo, para nosotros uno de los más interesantes de este trabajo de investigación creemos necesario hacer referencia a un importante artículo publicado por "The Economist", el 6 de junio de 1987. Entonces la revista hacía un amplio estudio de la radiodifusión en el mundo, y en uno de sus apartados titulado "La Verdad en el Aire", escribía: (23)

"Hace 4 meses, los representantes de 130 países estuvieron en Suiza discutiendo sobre el derecho de transmitir a radioseñales. Estos representantes eran portavoces de entidades de radiodifusión que deseaban efectuar emisiones readiofónicas en Ondas Cortas en un éter en el que no hay ya cabida. Muchos de estos países 31 en total tienen emisoras que transmiten en la actualidad emisiones para el exterior y todos ellos, excepto 2 de los 31, habían incrementado sus emisiones en el último año. No se prevee, por tanto, un final al empeoramiento de la saturación del espacio de ondas.

A estos radiodifusores no les mueve un afán de lucro. Tampoco existe

una forma de cobrar a sus radioyentes por sus servicios. Solo un pequeño número de ellos intercalan publicidad en sus emisiones. El atractivo de las Ondas Cortas ha sido siempre el poder que estas poseen de llegar lo más lejos posible. Debido al carácter de estas ondas, que se elevan hasta altas capas de la atmósfera para volver luego reflejadas a tierra, pueden llegar hasta lugares remotos, a miles de kilómetros, en tanto que las Ondas Medias y las FM sólo alcanzan distancias de cientos de Kms.

Las Ondas Cortas viajan por sí mismas sin necesidad de satélites, torres de microondas, cables o fibras ópticas que le sirvan de soporte. Cada día son más las organizaciones de radiodifusión que desean un espacio en este venerable y único medio ya que los gobiernos desean que las estaciones de Onda Corta hablen y se dirijan a países distantes sin necesidad de recabar su permiso ni la colaboración de sus gobernantes.

Los gobiernos tienen por ello dos grandes motivos de interés. El primero es la propaganda y la contrapropaganda. Los rusos fueron los primeros en aprovecharse de las posibilidades que ofrecían las emisiones de Onda Corta. Los bolcheviques utilizaron la radio en 1918 para propagar la revolución a través de un vasto territorio. Pero pronto se dieron cuenta de las posibilidades de utilizarla también cara al exterior. En 1930 Radio Moscú se dirigía a los trabajadores del mundo instándolos a unirse en 50 idiomas; por lo menos.-

Después de esto, era difícil ya creer que el poder de la radio tenía un carácter inocuo en el mundo. Hubo ya un cierto internacionalismo en algunas de las primitivas emisiones a los radioyentes del mundo entero. En 1926, no menos de 25 estaciones de radio transmitían lecciones de esperanto. Estos organismos de radiodifusión universales tienen hoy día sus descendientes en el ámbito de la religión, como son Radio Vaticano o la Voz de los Andes

(estación de radio cuyo indicativo es HCJB "Heralding Christ Jesus Blessins").

Hitler aprendió de Radio Moscú. Decía que la radio era "un arma terrible en manos de los que supieran manejarla". Y demostró que lo que decía su propaganda era tan eficaz que la BBC se vio obligada a iniciar en 1938 programas en idiomas extranjeros para los Países Árabes y de América Latina. Norteamérica seguiría su ejemplo en 1941.

Los gobiernos con partido único tienen una especial predilección por la radio.

En términos de horas de producción, 5 de ellos se cuentan entre los nueve países más importantes en este terreno, en 1986: Rusia, China, Albania, Corea del Norte y Alemania Oriental. Todos, en su conjunto, tuvieron más de 5.000 horas de emisiones por semana. Algunos de ellos pretenden realizar un servicio informativo como los que tienen algunas organizaciones occidentales (Radio Moscú inició recientemente un Servicio de Noticias semejante en estilo, si no en contenido, al de la BBC).

Pero la mayoría de ellos no pretenden parecerse a los programas de Occidente.

Sus nuevos programas siguen utilizando los archirepetidos términos que hacen referencia a los "lacayos imperialistas" o los "perros serviles del capitalismo" y no son más que sermones para conversos.

Sin embargo, estos esfuerzos, y la forma en que estos estados restringen sus propias mas media y mantienen a sus ciudadanos desinformados o mal

informados acerca de los acontecimientos internacionales, son un reto al que deben hacer frente los gobiernos occidentales. Cuando se le pregunta al Sr. Tusa, director gerente de los Servicios Exteriores de la BBC, como justifica el dinero que la BBC gasta en sus emisiones en lengua extranjera dirigidas al subcontinente indio; su respuesta es clara:

"¿Cómo haría el Ministerio de Asuntos Exteriores si supiera que 35 millones de personas sintonizan cada día Radio Moscú?".

En el mundo de la radiodifusión Rusia ocupa el segundo lugar. Sólo la sobrepasa América. Aparte "La Voz", dirigidos especialmente a Rusia y a sus satélites de Europa del Este: Radio Europa Libre (REL) y Radio Libertad (RL), ahora reunidas y alojadas en un mismo edificio: El English Garden, en Munich. REL/RL intenta suministrar un "servicio doméstico sustitutivo" para los oyentes de Europa del Este. Posee, a tal fin, una serie de especialistas en asuntos de Europa del Este, que también orientan a estaciones locales y periódicos sobre los asuntos que interesan a la audiencia.

En esta batalla entre lo que cada uno considera la verdad frente a la propaganda de su contrincante, el Oeste tiene la fuerte impresión que está ganando la partida. Las estaciones internacionales de Europa de Oeste y de América han emprendido encuestas en profundidad sobre sus audiencias. Hay algo que es seguro: un encuestador no puede pasearse por las calles de Budapest con un cuadernillo en la mano. Pero una serie de estudios realizados durante la última década - desde Argentina hasta Bangladesh, pasando incluso por el Zaire- nos han informado no sólo acerca del número de radioyentes sino también de sus gustos y sus rechazos.

Las encuestas nos muestran que los oyentes buscan en las emisoras

extranjeras lo que no encuentran en sus propios países. Un ejemplo típico: el año pasado la REL/RL investigó entre los europeos orientales exiliados de sus países para averiguar como se habían enterado de la noticia del desastre de Chernovil. Alguno de ellos, el 28% se habían enterado de viva voz; el 24% por la radio local, los periódicos o la televisión, pero la mayoría de ellos, el 45% lo supieron a través de las emisiones de radios exteriores.

Vendiendo tractores con poesía.

El segundo motivo que impulsa a los gobiernos a ayudar a los organismos de radiodifusión es la contribución que la radio aporta a la diplomacia cultural. Los orígenes de la diplomacia a través de la radio precedieron a la pugna propagandística de los años treinta. Este motivo latía en el deseo de las grandes potencias, que deseaban hacer llegar sus mensajes hasta los colonos repartidos allende los mares y más tarde, hasta los nativos. Por los que gobernaban la radio era un medio natural de mantener la cohesión de los imperios.

Hacia finales de la Segunda guerra Mundial, casi todas estas emisoras habían desaparecido. Francia y Holanda emprendieron de nuevo sus emisiones para el exterior poco tiempo después, con miras menos ambiciosas. La vencida Alemania, obligada a radiar su imagen deformada, inauguró su emisora, en 1953, ya en tiempo de paz. Sólo Inglaterra continuó sus emisiones "imperialistas" con el Empire Service, creado en 1927, lo que hoy se llama los Servicios Exteriores. Todo esto ha experimentado un cambio en profundidad pero sus radioyentes siguen siendo un recuerdo del pasado. Incluso en la actualidad, los habitantes de lo que fueron las colonias británicas sintonizan aquello que aun representa para ellos " la voz de su amo". Y no sólo por el simple atractivo que pueda tener el inglés: la vasta audiencia del subcontinente

indio escucha la mayor parte de las emisiones en idiomas vernáculos.

El objetivo que hoy día se persigue es el de salvar la antigua lealtad colonial que aún perdura para conseguir una audiencia fiel que demuestra de otra forma su lealtad y devoción a la nación que envía dichas emisiones; ya sea, por ejemplo comprando sus productos de exportación, o bien visitando el país, o sintiéndose inclinados a aceptar las ideas que dichas emisoras tienen del mundo. Seguramente es difícil justificar ni siquiera algunos de estos objetivos de forma que puedan ser convincentes para un ministro de Finanzas, para persuadirlo que los programas de radio hacia el exterior representan una buena inversión en términos económicos. Pero aún es más difícil que los gobiernos desestimen los beneficios que de ello pueda sacar, que pueden ser muy elevados con costos que pueden ser ciertamente mínimos.

Ya sea "la verdad contra la propaganda" o bien " la diplomacia a través de la radio" estos motivos ponen a los organismos de radiodifusión en un aprieto: ¿Cómo es posible reconciliar las necesidades de sus radioyentes con los objetivos que persiguen los que sostienen los puntos de vista del gobierno?. Los radiodifusores no plantearían así esa simple cuestión: "Nosotros tenemos un compromiso que nos obliga a decir la verdad" contestarán; o "las leyes del estado nos prohíben hacer promoción de las políticas que propugnan el gobierno que está en el poder". Es posible que tenga razón, pero lo que ellos intentan hacer comprender es que el dilema es sutil, no que no exista. Este dilema se manifiesta de varias maneras.

Independencia Editorial.

Algunas emisoras hacen una neta separación entre las noticias y los comentarios editoriales de forma que se pueda así servir a la verdad y al

gobierno. La Voz de América nos proporciona un ejemplo de ello: hace como los periódicos, presenta grandes titulares y editoriales que son algo muy distinto del resto de los programas. Están diseñados de tal forma que el gobierno Americano pueda expresar lo que desee y deja a los oyentes la oportunidad de saber cuando lo dice. La BBC sigue otro procedimiento para conseguir la imparcialidad y la integridad en las noticias. Ha persuadido al Ministerio de Asuntos Exteriores, según dicen ellos, de que un servicio completamente objetivo sirve mejor a los intereses de la Gran Bretaña.

La Voz de América es tal vez menos imparcial de lo que pretende. El día que The Economist fue a entrevistar a sus ejecutivos, se publicó la noticia que una entrevista "doblada" con el presidente Reagan y emitida el año pasado por Radio Martí (la Voz de los hispanoparlantes cubanos) no fue lo que parecía ser. Las preguntas del cuestionario habían sido "ajustadas" y las contestaciones escritas de antemano por el personal del Consejo de Seguridad Nacional; el Sr. Reagan había apenas leído algunas frases preparadas. Preguntada acerca de ello, la Casa Blanca adujo que ese procedimiento no era distinto del que utiliza normalmente la prensa y la radio.

Contratación de personal experimentado

Los gobiernos pueden ejercer un control sobre las actitudes de sus organismos de radiodifusión colocando en los órganos rectores a personas que sepan mantener la línea recta. En los primeros años de la era Reagan, REL/RL sufrió un cambio traumático en el reajuste de su personal; los de dentro de casa dicen que aún esta en curso. Los alemanes del Oeste se vieron obligados a reemplazar la cúpula de la dirección de la D.W (Deutsche Welle) el 1 de julio, por razones políticas. Radio France Internationale sostiene que el hecho de ser La Voz de Francia no quiere decir que tenga que ser la Voz del Eliseo.

Esto se puso de manifiesto el mes pasado, al emitir un programa sobre presos políticos marroquíes que el gobierno francés hubiese preferido que no fuese emitido. Pero el Sr. Tezenas su nuevo jefe ha realizado algunos cambios. Al preguntarle que iniciativa ha adoptado desde que es jefe, se sacó un diario del bolsillo y lo abrió por la lista del personal. Una buena docena de nombres de edad había sido tachado con neto trazo en tinta azul.

Selección de los idiomas en que emitir.

Una concesión a los que sostienen económicamente a los organismos de radiodifusión occidentales es común a todos ellos: las emisiones de radio renuncian al derecho de decidir en que idiomas van a emitirse sus programas. Así pues, los idiomas y las horas de emisión por semana es una cuestión que queda confiada a los que deciden las prioridades de la política exterior. Cuando Rusia invadió Afganistan, por poner un ejemplo, la mayoría de las estaciones occidentales comprobaron que sus gobiernos habían experimentado un repentino entusiasmo por los idiomas locales de Dari y Pashto. Los radiodifusores esperan que Asia Oriental y el Sur de Africa les presten más atención en el futuro.

La audiencia de una emisora no depende sólo de sus programas. La batalla para captar oyentes se gana también con otras armas. Una de ellas es la potencia transmisora como puede comprobarse si se intenta captar en Albania la inaudible BBC, completamente sumergida por la potencia de Radio Tirana. Existen aún muchas estaciones que utilizan viejos equipos transmisores. El Control Central de la Voz de América, construido en 1953, y que será sustituido en breve por otro más moderno, está considerado como el mayor consumidor del mundo de válvulas obsoletas. El Congreso ha concedido a la Voz de América la suma de 1,3 billones de dólares para su

modernización.

Otra forma de captar oyentes es la instalación de transmisores en los lugares más estratégicos. Las Ondas Cortas son enviadas desde la tierra hacia altas capas de la atmósfera y regresan reflejadas desde la ionosfera hacia el lugar escogido como objetivo. REL/RL, por ejemplo, consigue el envío de señales claras hacia Europa del Este, no solo emitiendo desde Munich, sino también desde la península Ibérica, por tanto, desde mucho más lejos. Los alemanes del Oeste y los franceses intentaron utilizar Sri Lanka como punto de partida de sus transmisiones dirigidas al resto de Asia. La Guerra de Civil de Sri Lanka ha dejado fragmentado el servicio alemán y ha disuadido a los franceses a seguir utilizando este procedimiento.

Dentro de su propio imperio, los rusos han tenido que reconocer su derrota. Desmoralizados posiblemente por la disminución de la audiencia que ha sufrido Radio Moscú, ahora han concentrado sus esfuerzos en impedir que sus ciudadanos sintonicen las emisoras occidentales, utilizando a tal propósito emisores interferentes.

Es posible que esta política cambie. Hasta finales de 1986, Rusia no dejaba de interferir no sólo en REL/RL sino también en La Voz de América, la BBC, Kol Israel y la D.W, (La Voz de Alemania). En enero, decidió dejar sola a la BBC. El 23 de mayo, interrumpió sus emisiones interferentes hacia la Voz de América. Sin embargo, la "glasnot" tiene aún mucho camino que recorrer. Siguen aún las emisiones interferentes hacia la D.W y Radio Israel. Los rusos han procurado no decir en voz alta que ya se puede oír la Voz de América. Y el Sr. Eugenio Pell, jefe de REL/RL, asegura que los transmisores de interferencias han redoblado su actividad hacia sus antenas. El estima que el coste de esta operación de interferencias supone una suma de 750 millones

de dólares al año; así pues, los rusos gastarían más en emisiones de interferencias que en la confección de programas propiamente dichos.

El desarrollo de la Voz de América sugiere que el Sr. Gorbachov cree que las críticas al régimen ruso desde el exterior podría alertar a los reformadores no muy convencidos. Si decide el libre acceso a las ondas en su país, esto representaría un hecho transcendental para la radio del futuro, como puede serlo también para Rusia: serviría para despejar el aire y en gran medida diluirían, los motivos que hoy día alientan la radiodifusión en Ondas Cortas.

La confusión en los cielos

Los rusos interrumpieron sus emisiones interferentes en 1973 y volvieron a reanudarlas siete años más tarde. Si el Sr. Gorbachov vuelve a hacer lo mismo, la saturación del espectro de radiofrecuencias irá de mal en peor. Para conseguir su objetivo, una emisora interferente debe ser tan potente como la emisora a la que desea interferir. Lo que se pretende es sembrar de silbidos y ruidos la banda de Onda Corta. Sin contar con estas emisiones interferentes, ya existen actualmente tres estaciones por cada espacio disponible en las bandas de Ondas Cortas. La recepción es en la actualidad horrible. La respuesta de los organismos de radiodifusión constructores de potentes transmisores es previsible y desalentadora: todos intentan hablar fuerte como los comensales de un restaurante atiborrado.

Una de las medidas ya adoptadas es la de retransmitir no sólo en Onda Corta sino también en otras bandas de radiofrecuencias. Las estaciones han hecho intentos para establecer conexiones con emisoras locales. La Onda Media, la larga y la de FM no tienen tanto alcance como la Onda corta y por ello sufren menos interferencias. En Europa Occidental, donde, de un 70 a

90% de oyentes sintonizan la Voz de América, las Ondas Cortas ejercen sobre ellos un gran atractivo. En Africa, en donde la mayoría de emisoras nacionales emiten aún en Onda Corta, no se prevee por el momento una disminución de ellas. Pero es previsible que esa disminución llegue y cuando esto ocurra en el mundo serán pocos los receptores que puedan captar lo que ocurre en la tierra.

Todas las soluciones alternativas a las Ondas Cortas presuponen una cooperación franca y amistosa entre los estados. Puesto que todos estos sustitutos de las Ondas Cortas tienen un alcance más reducido, el derecho de transmisión deberá concederse a otro organismo radiodifusor. Dentro de un grupo de naciones que poseen valores compartidos o para emisiones de carácter puramente recreativo, esto puede ser tolerable. Es bastante significativo que un funcionario americano se encuentre actualmente en Moscú tratando de negociar un acuerdo por el cual las dos super-potencias puedan transmitir en Onda Corta la una para la otra. Pero el vuelo de las Ondas Cortas no significa aún poner fin a la guerra de propagandas, ni siquiera en la diplomacia por bien de la radio.

Existen medios para reorganizar las Ondas Cortas dentro del espacio disponible. Una de ellas sería proceder a un reparto más eficaz de las frecuencias. La Unión Internacional de Telecomunicaciones tiene en proyecto, a largo plazo, algo más drástico, convencer a los organismos radiodifusores para que emitan de otra forma, por ejemplo, utilizando una banda lateral simple (BLS) en lugar de la doble banda lateral, puesto que aquella ocuparía la mitad del espacio en el espectro de radio frecuencias. Por desgracia, de 1,7 millones de aparatos de radio que existen hoy día en el mundo, no se fabrican ningún modelo comercial que pueda captar emisiones en banda lateral simple. Habría que realizar modificaciones o adaptaciones. Así pues, aún siendo muy

optimistas habrá que esperar hasta el año 2015, por lo menos. Este intento de remediar la saturación de las Ondas Cortas quedará eclipsado por el potencial de los satélites. Las señales, tanto de radio como de televisión, pueden ser recibidas por estos sustitutos de la ionosfera fabricados por el hombre. Gran número de estaciones de radio del mundo entero utilizan ya satélites para enviar señales a través del mundo entero a otros transmisores mejor situados. También es posible captar ya señales de satélites en Europa y América.

Este es el verdadero rival de las Ondas Cortas, aunque no lo sea en los próximos años. Los moscovitas aún son tímidos como para instalar blancos discos receptores de metro y medio en sus jardines. Pero dentro de tres años será posible captar señales emitidas por satélite con antenas circulares más pequeñas. El receptor de satélite será aún menos visible y espectacular; será plano y podrá colgarse en las paredes y pintarse con los colores nacionales. Está a punto de ser comercializado el primer modelo en el Japón. La reducción de los precios y el consumo de energía, así como la mejora en los medios de transporte, harán que en su día el receptor de satélite sea un objeto vanal y familiar en los países del tercer mundo. Pero este proceso tiene aún un largo camino que recorrer. Los indios pueden adquirir actualmente receptores aceptables de Onda Corta por la suma de 5,30 dólares.

Sin embargo, el obstáculo principal, es de carácter político. A pesar de los buenos propósitos contenidos en la Declaración Universal de Derechos Humanos, no existe un derecho formal en la legislación internacional que permita la emisión de programas de radio hacia otros países. La radio está tolerada como algo consagrado por la costumbre. La radiodifusión por satélite ni siquiera tiene aún esa ventaja. Algunos países pretenden enérgicamente que se considere ilegal, por ley internacional, el hecho de que un satélite dirija sus emisiones hacia un país cuyo gobierno no desea que se haga.

Los americanos, que poseen ya un Servicio de conferencias de prensa por satélite llamado Red Mundial, (World Net) encargaron la preparación de un voluminoso informe sobre el futuro en la radio de Ondas Cortas. En el se dice llanamente a los organismos de radiodifusión que deben aferrarse a las Ondas Cortas en tanto que el futuro de sus competidores siga siendo incierto. Pero los soñadores no se desaniman. La oposición a los satélites será vencida, arguyen, o simplemente ignorada. Y los cientos de millones de radioyentes se convertirán en espectadores de canales mundiales de televisión. Este entusiasmo es compartido por el Sr. Tusa de la BBC. Antes de hacerse cargo de los Servicios Exteriores, el Sr. Tusa era presentador de un programa nocturno de televisión que trataba de asuntos corrientes del día. Para un hombre de tales antecedentes, ¿qué cosa más natural que la de añadir caras seguras a voces seguras de los Servicios Exteriores de la BBC?".

5.12 BIBLIOGRAFÍA.

- (1).- CEBRIAN HERREROS Mariano. "La información audiovisual. Un servicio a la sociedad". pag. 275. FORJA.1983.Madrid.
- (2).- CARLSON Richard. Director de la Voz de América. "VOA in 1989 and Beyond". pag 1.1989. Washington.
- (3).- HALE Julián. "La radio como arma política".pags.56-74.Col,Mas-Media.1979. Barcelona.
- (4) y (5).- "VOA In 1989 AND BEYOND".
- (6).- VOICE. revista de la Voz de América nº35.
- (7), (8) y (9).- SERVICIOS DE AUDIENCIAS DE LA VOZ DE AMÉRICA, en trabajo publicado en "VOA IN 1989 AND BEYOND".
- (10).- ABC. 20 de diciembre de 1996.
- (11).- "VOA In 1989 AND BEYOD". "Radio Martí. A televisión and radio service to Cuba" pag 7.
- (12).- VOICE. "Cartas de oyentes, dirigidas a la Voz de América".
- (13).- LAURENTI Roberto. ABC 20 de agosto de 1994.
- (14).- EL MUNDO. 23 de julio de 1995.
- (15).- COSTA-PAU Marta. "Radio Liberty se queda sin voz". EL PAIS. 1 de Noviembre de 1995
- (16).- EUROPA PRESS."Ex trabajadores de Radio Liberty denuncian a la empresa por presunta falsedad en documento público". 24 de Diciembre de 1995.
- (17).- CEBRIAN HERREROS Mariano. Op . Cit. pag. 276.
- (18).- "LAS VOCES DEL CAMBIO. ¿QUIEN NECESITA A LA RADIO OCCIDENTAL EN EL NUEVO ESTE?". Newsweek.1989.
- (19).- "LISTENING TO WESTERN RADIO IN EAST EUROPE" Radio Free Europe y Radio liberty. Mayo 1989. París.
- (20).- PARTA Eugene. Director del área de investigación de la audiencia

para la Unión Soviética de Radio Liberty. "Recent developments in Soviet Public Opinion Research". Octubre 1989. París.

(21).- CEBRIAN HERREROS Mariano. Op. Cit.pag. 278

(22).- MYTTON Graham. Responsable del Servicio de Audiencias de la BBC. "Investigación de audiencias y cartas de los oyentes de Radio Moscú".BBC. Mayo 1989.Londres.

(23).- THE ECONOMIST."La verdad en el aire".6 de junio de 1987.

CAPITULO VI
LOS SERVICIOS DE TRANSCRIPCIONES EN LAS
EMISORAS INTERNACIONALES

Las emisoras internacionales contemplan dos modos complementarios de difundir sus mensajes: **la emisión radioeléctrica y la distribución de programas grabados a otros países**. Esta última actividad la realizan los llamados **"Servicios de Transcripciones"**.

La gran importancia de los programas de los Servicios de Transcripciones es que son seguidos por oyentes de otros países a través de sus emisoras locales. Esta forma de difusión tiene gran tradición en Iberoamérica, así como en otros lugares del mundo que cuentan con **"emisoras étnicas"** destinadas a atender las necesidades culturales e informativas de las colonias de emigrantes.

Los Organismos Internacionales que mantienen la actividad de transcripciones como la BBC, Radio France Internationale, Radio Nederland, La Voz de América, Deutsche Welle, RAI y Radio Exterior de España, la incluyen en su radiodifusión exterior, ya que el objetivo de difusión de la imagen, actualidad y cultura de sus países es común al de sus programas convencionales emitidas por Onda Corta o por satélite.

Anualmente se celebra la Reunión Internacional de Transcripciones en la que los responsables de estos Servicios se intercambian experiencias y analizan problemas que se presentan en el quehacer diario de sus actividades, como la distribución de programas o la aparición del satélite. Radio Nacional de España dejó de asistir desde 1992 debido a las restricciones presupuestarias.

Los programas se facilitan a las emisoras interesadas de forma gratuita. Únicamente la BBC cobra por ellos, pero no a todos los receptores si todos los programas.

Los soportes más utilizados para este tipo de programas son la cinta cassette y el CD y en menos medida el DAT. El tradicional disco LP de vinilo se abandonó desde la aparición del compacto. Algunos organismos como Radio France International envían sus programas para el área africana en cinta abierta. La cinta cassette va siendo abandonada paulatinamente en beneficio del CD.

La gran novedad, ya introducida por la BBC desde hace cuatro años, es la distribución por satélite a emisoras a las que previamente se las ha dotado de sus correspondientes antenas parabólica, de la que más adelante daremos dos ejemplos.

6.1 EL SERVICIO DE TRANSCRIPCIONES DE RADIO NACIONAL DE ESPAÑA

A raíz de una de las últimas reorganizaciones de Radio Nacional de España, 1 de enero de 1994, la Unidad de Transcripciones fue desgajada de Radio Exterior de España para pasar a depender de la Secretaría General de Radio Nacional de España. Esta determinación cabe calificarla cuando menos como "**sorprendente**" ya que en otra reorganización de la emisora, el 1 de enero de 1991, se había decidido integrar el Servicio de Transcripciones en Radio Exterior de España y que dejara por tanto de pertenecer a la Dirección de Cooperación Internacional, pues no parecía lógico que una unidad de producción de programas dependiera de un área de gestión, siendo además esos programas típicos de la radiodifusión exterior.

Los programas que se producen en el Servicio de Transcripciones de Radio Nacional de España son:(1)

A) Informativos

*** VENTANA DE ESPAÑA/ DURACIÓN 30'/ SEMANAL**

Revista de actualidad socio-cultural. La literatura puede estar presente con motivo de un primo importante o a través de escritores que hablan de sus obras. Pintores y escultores que son noticia; directores y actores de cine; la canción de mayor éxito pone la nota de distensión después de un reportaje político o económico y antes de dar a conocer un invento útil o el resultado de una encuesta de opinión sobre lo que piensan los españoles. El deporte también tiene cabida en esta revista que tampoco olvida las tradiciones, las fiestas y el folklore.

*** HISPANORAMA / DURACIÓN 30' / QUINCENAL**

América y España son los objetivos de este programa quincenal que a

modo de revista recoge los acontecimientos más destacados de las actualidad iberoamericana. Su contenido informativo y documental se basa en el reflejo que tienen en España los acontecimientos latinoamericanos generados por los propios protagonistas.

*** ESPECIALES/ DURACIÓN 30' / MENSUAL**

Monografías de diversos temas de actualidad: desde la política a la economía, pasando por las tradiciones y fiestas españolas, hasta acontecimientos de repercusión internacional.

*** COLABORACIONES/ DURACIÓN 30' / MENSUAL**

Bajo este título se recogen adaptaciones de espacios emitidos en la programación nacional de Radio Nacional de España, así como producciones de interés general enviadas por las Emisoras Colaboradoras que difunden nuestros programas.

Secuencia de Distribución y contenido por cassette:

-Semana 1ª: CARA "A": "VENTANA DE ESPAÑA"

CARA "B": "HISPANORAMA"

-Semana 2ª: CARA "A": "VENTANA DE ESPAÑA"

CARA "B": "ESPECIALES"

-Semana 3ª: CARA "A": "VENTANA DE ESPAÑA"

CARA "B": "HISPANORAMA"

-Semana 4ª: CARA "A": "VENTANA DE ESPAÑA"

CARA "B": "COLABORACIONES"

B) Programas Divulgativos

*** RONDA DE ACTUALIDADES / DURACIÓN 6 x 10' / MENSUAL**

Cada número de este programa de carácter divulgativo, consta de seis espacios de 10' de duración aproximadamente, en los que especialistas en distintas materias explican los adelantos producidos en la ciencia, tecnología e industria, así como las últimas tendencias del arte y de la cultura en general. La amplitud de los temas desarrollados ofrecen una panorámica interesante de la actualidad que recorre materias tan variopintas, en cuanto al progreso científico como "El genoma humano", "El tratamiento del cáncer", "Variaciones del clima", "Las energías alternativas", "El deterioro del medio ambiente", "Sociedad y nuevas tecnologías", etc... Uno de los espacios de "Ronda de Actualidades" ofrece la semblanza de un destacado personaje español o iberoamericano.

Contenidos por cassette:

-CARA "A" : Ciencia, Tecnología e Industria

-CARA "B" : Arte, Cultura y Personajes

C) Programas musicales

*** "LA MÚSICA LIGERA EN ESPAÑA" / DURACIÓN 59'(29+ 29)
MENSUAL**

Este programa lleva las novedades de la música "pop" interpretada en español a todos los rincones del mundo. Todas las grandes figuras pasan por él, presentan sus últimos trabajos y dan a conocer sus proyectos. En otras ocasiones, la sección de actualidad de programa está dedicada a temas monográficos. También se ofrecen números especiales producidos en fechas cercanas a Navidad con el saludo de intérpretes famosos y a finales de diciembre, el gran resumen de los éxitos del año. Los programas dedicados a

conciertos en directo y "Los diez de oro" (Lista nacional de ventas de los éxitos interpretados en español) completan los contenidos de este programa.

Contenidos por cassette:

-CARA "A" : Actualidad musical (entrevistas, novedades, actuaciones en directo o temas monográficos)

-CARA "B": "Los Diez de Oro".

Los programas tienen gran calidad y son frecuentes los premios que recibe la emisora pública española.

"El programa(2) "Música de España, del Servicio de Transcripciones de Radio Nacional de España, ha sido galardonado en el Cuarto Festival Internacional de Programas Musicales de Radio de Shanghai (SIRMF). El premio distingue la especial calidad de este programa de divulgación de la música clásica española. El SIRMF se celebra cada año y en él participan emisoras de radio de todo el mundo, tanto públicas como privadas, para divulgar las músicas de sus respectivos países en la modalidades pop, folclore y clásica. En esta Cuarta Edición han participado 59 emisoras de 44 países, entre las que destacan Deutsche Welle de Alemania, Televisa de México, ABC Radio Networks de Estados Unidos, Radio Suiza Internacional, Czeche Radio de la República Checa, Radio Shanghai de China, ABC Fine Music de Australia, Radio Nederland de Holanda y RAI de Italia."

"El Servicio de Transcripciones de Radio Nacional de España(3) ha sido galardonado con el Premio Hispanidad, correspondiente a 1992, otorgado por el programa 'Presencia Hispánica', que se emite por Radio 1300 de Caracas. El Premio Hispanidad se concede cada año a personas y entidades que realicen una eficiente y destacada labor. Se creó en 1990 y se le concedió al

Presidente del Gobierno español, Felipe González. "

"El programa "José Martí, símbolo de una lucha"(4), producido por el Servicio de Transcripciones de Radio Nacional de España, con guión de Antonio Buítrago Molina, ha resultado ganador del concurso internacional 'Martí en el siglo de Dos Rios', convocado por Radio Cubana, el Instituto Cubano de Radio y Televisión y el Centro de Estudios Martianos de La Habana, con el fin de divulgar la obra del político e intelectual cubano de quien se conmemoró en 1995 el centenario de su muerte. El programa premiado, de veintisiete minutos de duración, analiza la figura y trayectoria política e intelectual del gran humanista cubano a partir de las opiniones de diferentes especialistas, españoles y cubanos, participantes en varios actos culturales celebrados en España con motivo del centenario de la muerte de José Martí. Asimismo, se han incluido fragmentos de poemas extraídos del Archivo Sonoro de Radio Nacional de España, leídos por el cuadro de actores de la emisora".

Los programas se realizan en soporte cassette, que resulta ya totalmente superado por lo avances tecnológicos: la calidad técnica es medianamente aceptable para los programas de palabra, pero totalmente insuficiente para los musicales.

Los envíos de programas se realizan a través de la Valija de la Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores.

Actualmente reciben los programas 540 emisoras, el 80% en Iberoamérica:(5)

** Argelia	2
** Camerún	1
** Ceuta	1
** Marruecos	2
** Namibia	1
** Antillas Holandesas	1
** Argentina	86
** Bolivia	29
** Brasil	18
** Canadá	3
** Colombia	38
** Costa Rica	8
** Cuba	8
** Chile	45
** Ecuador	46
** El Salvador	4
** Estados Unidos	7
** Guatemala	14
** Haití	1
** Honduras	8
** Jamaica	1
** México	16
** Nicaragua	8
** Panamá	8
** Paraguay	7
** Perú	44
** Puerto Rico	5
** República Dominicana	8
** Uruguay	22

** Venezuela	15
** Filipinas	2
** Palestina	1
** República Popular China	6
** Alemania	3
** Austria	1
** Bélgica	5
** Chipre	1
** España	5
** Francia	22
** Grecia	1
** Hungría	2
** Italia	2
** Malta	1
** Mónaco	1
** Noruega	2
** Polonia	1
** Reino Unido	3
** República Checa	1
** República Eslovaca	1
** República de Irlanda	1
** Rumania	2
** Rusia	2
** Suecia	3
** Suiza	1
** Turquía	1
** Australia	2
Total Suscriptores	540

Como hemos dicho, la audiencia de Iberoamérica es la destinataria natural de los mensajes de Radio Exterior de España y la que más puede incrementarse, como lo prueba el número de correspondencia recibida, y a la que hemos hecho referencia en el capítulo dedicado a esa emisora.

Hay además un dato importante. En el catálogo de Cooperación Cultural Internacional se puede leer:(6) *"Radio Nacional de España mediante grabaciones editadas para su uso como material didáctico complementario, pretende llevar la actualidad, la cultura y el idioma española los centros de enseñanza donde se imparte español como lengua extranjera"*. Parece ser que es un objetivo muy cercano y se podría decir que coincide con el del Servicio de Transcripciones. De hecho, Cooperación Cultural Internacional y Servicio de Transcripciones estuvieron integradas, desde su creación y hasta 1990, en la misma área de Radio Nacional de España. Incluso entonces y aún ahora se utilizan materiales indistintamente para los programas de una y otra unidad. Entre los dos servicios de Radio Nacional de España hay una diferencia:(7) **Cooperación Cultural Internacional se distribuye por suscripción, por lo que no es una actividad gratuita como es Transcripciones.**

El Instituto Cervantes aporta una cantidad anual para Cooperación Cultural Internacional con lo que **puede sugerir los temas a tratar**. De cualquier forma al Instituto Cervantes le interesan mucho los programas del Servicio de Transcripciones. De hecho en la actualidad hay bastantes centros que están solicitando los programas producidos por el Servicio.

Un Servicio que en Radio Nacional de España tendrá que sufrir importantes modificaciones técnicas. Así la distribución de los programas por satélite cambiará radicalmente las características de la actividad del Servicio

de Transcripciones en los próximos años. Varios organismos internacionales, entre ellos BBC y Radio France International ya utilizan el satélite para distribuir a emisoras de otros países la producción de sus Servicios de Transcripciones, como en el caso de Radio France International(8) su **Service Magazin**. La señal es captada por antenas parabólicas donadas por las propias emisoras o por entidades culturales o económicas locales. Por ejemplo,(9) **Radio del Sol de Bahía Blanca (Argentina)**, que recibe por satélite las dos ediciones diarias del Servicio Latinoamericano de la BBC, así como la serie "La palabra americana", sobre las peculiaridades del español que se habla en América. La antena de esa emisora argentina ha sido financiada por una asociación cultural de amistad británico-argentina. Otro ejemplo (10) podría ser **R.C.N. (Radio Cadena Nacional) de Colombia** que transmite por su emisora de FM los programas en español de Radio France International.

Como sugerencia podríamos apuntar que Radio Exterior de España debería utilizar el satélite HISPASAT para transmitir, fuera de las horas de emisión de su programación convencional, la producción del Servicio de Transcripciones con vista a ser grabada por las emisoras interesadas, que la reproducirían de acuerdo a su conveniencia. Es evidente que el tratamiento de la actualidad, debido a esta casi "instantaneidad" en la distribución, variará radicalmente. La dotación de antenas parabólicas para este fin debería ser un tema en que se implicara a diversos organismos de la Administración, como la Agencia Española de Cooperación Internacional, Cámaras de Comercio y el Instituto Cervantes.

6.2 COOPERACIÓN CULTURAL

Ya hemos hecho referencia al Servicio de Cooperación Cultural que funciona desde 1981. En este caso el materia se cobra y se sirve bajo pedido,

ya que como dice Carlos Pérez Grange(11) " tan sólo se valora lo que se cobra. Los dos primeros años comprobamos que al no cobrar no se le daba valor a nuestro trabajo, así que decidimos que sólo se enviara el material solicitado y cobrar los costos,. La verdad es que este servicio surge porque había demanda de los profesores de español".

En el programa de Cooperación Cultural se destaca la recepción de material, bajo el título **Con acento español**, por parte de profesores que imparten español como lengua extranjera. Mediante cassettes, fascículos y opcionalmente-diapositivas, Radio Exterior de España aprovecha el interés por la lengua castellana para difundir también la actualidad y culturas españolas en audiencias muy concretas. Se cumple así con uno de los objetivos básicos de esta emisora como es "la difusión del español", para lo que también se colabora como hemos dicho antes con el Instituto Cervantes.

Carlos Pérez Grange destaca que (12) "los programas están muy conseguidos, con montajes cuidados y trabajados para una perfecta coordinación de la música y de la palabra. Nuestros envíos van a Universidades, Liceos, Instituciones de la Unión Europea, e incluso a Penitenciarías y a empresas como Citröen o Siemens, que quieren utilizar nuestros programas como base para la enseñanza del español. En la actualidad oscilamos entre 400 y 2.000 suscriptores, sin contar con quienes nos piden números sueltos que también servimos".

6.3 BIBLIOGRAFÍA

(1).- LECEA RODRÍGUEZ Luis. Encargado de Transcripciones de Radio Nacional de España.

(2).- OFICINA DE PRENSA DE RADIO NACIONAL DE ESPAÑA. Madrid, 28 de abril de 1994.

(3).- EUROPA PRESS. Noticia del 6 de abril de 1993

(4).- OFICINA DE PRENSA DE RADIO NACIONAL DE ESPAÑA. Madrid, 10 de mayo de 1996.

(5).- SERVICIO DE TRANSCRIPCIONES DE RADIO NACIONAL DE ESPAÑA.

(6).- CATALOGO DE Cooperación Cultural Internacional de Radio Nacional de España.

(7).- DIRECCIÓN ECONÓMICO ADMINISTRATIVA de Radio Nacional de España.

(8).- SERVICIO DE TRANSCRIPCIONES de Radio France International.

(9).- SERVICIOS DE TRANSCRIPCIONES de BBC.

(10).- SERVICIO DE TRANSCRIPCIONES De Radio France Internationale.

(11 y 12).- PÉREZ GRANGE Carlos. Servicio de Cooperación Cultural de Radio Nacional de España.

CAPÍTULO VII

El DX - ismo

Hemos dejado para el final de este trabajo de investigación un tema que nosotros consideramos importantísimo dentro de las relaciones de las Radios Internacionales con su audiencia: el "DX-ismo".

El "DX-ismo" consiste en la exploración de las ondas electromagnéticas portadoras de algún mensaje, palabra o imagen, música o señales telegráficas, procedentes de cualquier distancia desconocida llamada DX. Por lo tanto, a la práctica de esta afición se le llama "dx-ismo", y al que la practica "DX-ista".
(1)

Por razones diversas, el DX-ista suele sentir la necesidad de comunicarse con las emisoras, aparte de escuchar sus programas y mensajes emitidos. Por otra parte, las emisoras internacionales de radiodifusión también tienen la misma necesidad de mantener contactos directos con sus oyentes para conocer la opinión sobre sus programas o la calidad de escucha en las diferentes partes del mundo.

Los controles, o informes de recepción aportados por los DX-istas veteranos juegan un papel muy importante en el campo de la radiocomunicación ya que contribuyen a la constante mejora, tanto de la emisión como de la recepción de la misma.

El DX-ismo se practica principalmente en Onda Corta, bien sea en el campo de radiodifusión o bien en las bandas de la radioafición. No obstante, de hecho, se practica en todas las gamas de la radiocomunicación, que abarca tres modalidades:

- **Radiodifusión.** - Onda Corta, Onda Media y Onda Larga en modulación de amplitud (AM) y en modulación de frecuencias muy altas (FM o VHF),

incluyendo la televisión y radiodifusión o televisión por satélites.

- **Radioafición.** - Banda lateral única (SSB) o AM en fonía y en telegrafía, esta última en código morse por onda continua (CW) y radioteletipo (RTTY).

- **Estaciones utilitarias.** - Servicios fijos o móviles. Emisores de frecuencia patrón y señales horarias, radio balizas de señalización para navegación aérea y marítimas, estaciones móviles y fijas aéreas, marítimas o terrestres, servicios meteorológicos y de punto a punto, en fonía, telegrafía o radioteletipo.

Vamos ahora a tratar de explicar unos conceptos básicos para un profesional de radio y sobretodo para un aficionado al DX-ismo. (2)

Las ondas radioeléctricas se propagan, como sabemos, a 300.000 kilómetros por segundo, igual que la luz. Las ondas se miden por la longitud en metros, resultante entre dos crestas consecutivas, o la distancia mínima que hay entre dos puntos que están en concordancia de fase. También se mide por la frecuencia, es decir, el número de oscilaciones por segundos, ciclos por segundo o hertzios. Como el número de oscilaciones es muy elevado, resulta más fácil utilizar múltiplos para su medición. Sabiendo la velocidad de las ondas radioeléctricas, las relaciones entre su longitud en metros y su frecuencia en kilohertzios son fáciles de determinar.

$$\text{Longitud de onda en metros} = \frac{300.000}{\text{Frecuencia en KHZ}}$$

$$\text{Frecuencia en Kilohertzios} = \frac{300.000}{\text{Longitud en metros}}$$

Los diferentes múltiplos que se utilizan para la medición de las frecuencias de ondas son:

1 Hz (Herzio) = 1 c/s (un ciclo por segundo).

1 Khz (Kilohertzio) = 1.000 Hz.

1 MHZ (Megahertzio) = 1.000 Khz.

1 GHZ (Gigahertzio) = 1.000 Mhz.

1 THZ (Terahertzio) = 1.000 Ghz.

Según las longitudes de ondas empleadas en la radiocomunicación, el espectro de las ondas se divide en nueve bandas de frecuencia, desde los tres Khz hasta 3.000 Ghz.

Prescindiendo de los límites inferior y superior de la gama, estos son los más usuales:

Banda 5: Frecuencia alta (LF) de 30 a 300 Khz.

Ondas Kilométricas (Ondas Largas) de 10 a 1 Km.

Banda 6: Frecuencia Media (MF) de 300 a 3.000 Khz.

Ondas hectométricas (Ondas Medias) de 1.000 a 100 m.

Banda 7: Frecuencia alta (HF) de 3 a 30 Mhz.

Ondas decamétricas (Ondas Cortas) de 100 a 10 m.

Banda 8: Frecuencia muy alta (VHF) de 30 a 300 Mhz.

Ondas métricas de 10 a 1 m.

Banda 9: Frecuencia ultralta (UHF) de 300 a 3.000 Mhz.

Ondas decimétricas de 100 a 10 cm.

Banda 10: Frecuencia super alta (SHF) de 3 a 30 Ghz.

Ondas centimétricas de 10 a 1 cm.

Banda 11: Frecuencia extra alta (EHF) de 30 a 300 Ghz.

Ondas milimétricas de 10 a 1 mm.

El DX-ista suele trabajar en las bandas de onda decamétrica, o corta, incluidas las bandas tropicales, que se usan dentro de las zonas comprendidas entre el Trópico de Cáncer y el Trópico de Capricornio. Hay cuatro bandas típicas para estas zonas. Las de 12 metros (2.300-2.495 Khz); la de 90 metros (3.200-3.400 Khz); la de 75 metros (3.950- 4.000 Khz) y la de 60 metros (4.750-4.995 y 5.005-5.060 Khz).

Las bandas decamétricas son las siguientes:

1- Bandas de 49 y 41 metros (5.950-6.200 y 7.100-7.300 Khz).

Estas dos bandas son apropiadas para emisiones de corta distancia. De noche su alcance es muy superior. En otoño e invierno son especialmente aptas para larga distancia inmediatamente después de la puesta del sol y después de amanecer.

2- Banda de 31 metros (9.500-9.775 Khz).

Las emisiones internacionales de larga distancia empiezan con esta banda. Su recepción puede ser excelente entre los 800 y los 3.000 Km.

3- Banda de 25 metros (11.700-11.975 Khz).

Se utiliza de día para recepciones medias. En verano se pueden alcanzar de noche largas distancias. Es muy estable su recepción durante todo el año entre 1.000 y 3.500 Km.

4- Banda de 19 metros (15.100-15.450 Khz).

Es una banda de larga distancia. Su mejor recepción se consigue durante la tarde hasta la puesta del sol.

5- Banda de 16 metros (17.700-17.900 Khz).

Buena recepción entre primavera y otoño.

6- Banda de 13 metros (21.450-21.750 Khz).

Esta banda está fuertemente afectada por las manchas solares. Durante su actividad de recepción de día sirve para largas distancias.

7- Banda de 11 metros (25.600-26.100 Khz).

Depende totalmente de la actividad de las manchas solares. Permanece completamente muda durante algunos años y en otros se vuelve a escuchar en todas las partes del mundo.

Una vez presentados los elementos técnicos vamos a estudiar brevemente los importantes informes de recepción. Para confeccionar un informe de recepción que sea útil a una emisora, hay que efectuar un tiempo de 15 minutos, como mínimo, de escucha, y darle una evaluación según el código SINPO internacionalmente aceptado. La fecha y la hora siempre se dan en UTC (Tiempo Universal Coordinado) o en GMT (Hora del Meridiano de Greenwich). Para la hora es conveniente poner el comienzo y el término de la escucha en horas y minutos. La frecuencia en Kilohertzios. Es muy importante citar algunos detalles del programa escuchado para dar crédito al informe, y

sobre todo por que es muy útil para los programadores y técnicos de la emisora.

7.1 MUESTRA DE INFORMES

Muestra de un Informe de Recepción Simple.

Emisora escuchada:.....
 Fecha: Día.....mes.....año.....
 Hora de escucha: De.....a.....UTC/GMT
 Frecuencia:Khz.
 Idioma del programa:.....
 Algunos detalles del programa escuchado:.....

 Comentario sobre el programa:.....
 Condiciones de recepción en código SINPO:.....
 Receptor:.....Antena:.....
 Se ruega confirmación QSL
 Nombre y apellidos: Edad:.....
 Dirección postal: Profesión:.....

Muestra de un Informe de Recepción Múltiple.

FECHA (Date)	HORA UTC / GMT		FRECUENCIA (Frequency) KHz.	IDIOMA (Language)	S	I	N	P	O	EMISORAS QUE INTERFIEREN (Interfering stations)
	DE (From)	A (To)								

SINPO son las siglas de cinco palabras en inglés. La "S" significa la intensidad de la señal; la "I" es la interferencia; la "N" quiere decir ruido; la "P" indica la perturbación de la propagación y la "O" es la evaluación en conjunto de la escucha. La escala de la valoración para estas cinco claves es la de 1 a 5, siendo el 1 la nota más baja y el 5 la más alta. Veamos el siguiente cuadro resumido del código SINPO:

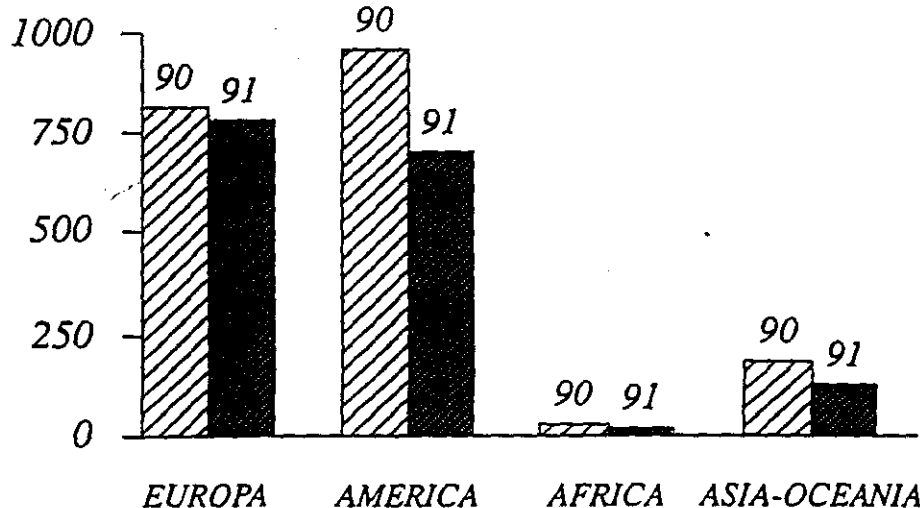
Escala	S	Efectos perjudiciales			O
	Intensidad de la señal	Interferencia (QRM) Ruido (QRN) Perturbaciones de la propagación			Apreciación de conjunto
		Interferencia (QRM)	Ruido (QRN)	Perturbaciones de la propagación	
5	Excelente	Nula	Nulo	Ninguna	Excelente
4	Buena	Ligera	Ligero	Ligeras	Buena
3	Aceptable	Moderada	Moderado	Moderadas	Aceptable
2	Mediocre	Intensa	Intenso	Intensas	Mediocre
1	Apenas audible	Muy intensa	Muy intenso	Muy intensas	Inutilizable

7.2 DATOS DE CORRESPONDENCIA DX-ista

La tarjeta QSL es un acuse de recibo que imprimen la mayoría de las emisoras internacionales de radiodifusión y radioaficionados para verificar los informes de recepción o contactos radiofónicos. Las tarjetas QSL llevan los siguientes datos: Nombre y apellido del informante al que se dirige; fecha, hora y frecuencia por las que efectuó la escucha.

Son tan importantes estas correspondencias de códigos SINPO y tarjetas QSL que las más importantes radios internacionales mantienen secciones de correspondencia DX-ista dentro de sus servicios de audiencia. Ofrecemos ahora los datos comparativos de correspondencia DX-ista de Radio Exterior de España, entre el primer trimestre de 1990 y el primer trimestre de 1991.(3):

PROCEDENCIA	PRM.TRI.90	PRI.TRI.91	VARIACION
EUROPA	809	783	-3,21
AMÉRICA	961	717	-25,39
AFRICA	34	22	-35,39
ASIA-OCEANIA	171	127	-25,73
TOTAL	1975	1649	-16,51



TOTAL PAÍSES

EUROPA	ENERO	FEBRERO	MARZO	TOTAL	PORCT(%)	OSL ´S
ALEMANIA	14	96	62	301	38,44	266
AUSTRIA	16	12	8	36	4,60	28
BÉLGICA	5	5	6	16	2,04	10
BULGARIA	-	1	1	2	0,26	2
CHECOSLOVAQ.	6	3	-	9	1,15	1
DINAMARCA	2	-	1	3	0,38	2
ESPAÑA	27	28	14	69	8,81	40
FINLANDIA	6	9	8	23	2,94	19
FRANCIA	23	34	10	67	8,56	54
GRECIA -	-	-	0	0,00		
HOLANDA	4	6	1	11	1,40	6
HUNGRÍA	-	-	1	1	0,13	1
IRLANDA	1	-	3	4	0,51	1
ISLANDIA	-	-	-	0	0,00	
ITALIA 22	29	21	72	9,20	39	
LUXEMBURGO	-	-	-	0	0,00	
MALTA -	-	-	0	0,00		
MÓNACO	-	-	-	0	0,00	
NORUEGA	1	-	-	1	0,13	1
POLONIA	-	1	1	2	0,26	2
PORTUGAL	2	1	1	4	0,51	2
REINO UNIDO	25	25	17	67	8,56	47
SUECIA 8	12	7	27	3,45	21	
SUIZA	7	6	2	15	1,92	12
URRS	14	22	15	51	6,51	32
YUGOSLAVIA	1	-	1	2	0,26	-
ANDORRA	-	-	-	0	0,00	-
RUMANIA	-	-	-	0	0,00	-
TURQUÍA	-	-	-	0	0,00	-
TOTAL 313	290	180	0	783	588	

TOTAL PAÍSES

AMÉRICA	ENERO	FEBRERO	MARZO	TOTAL		PORCENT(%) QSL 'S
ARGENTINA	15	26	15	56	781	35
ANTILLAS	-	-	-	0	0,00	
BAHAMAS	-	-	-	0	0,00	
BARBADOS	-	-	-	0	0,00	-
BOLIVIA	1	-	-	1	0,14	1
BRASIL	13	24	9	46	6,42	30
CANADÁ	27	26	18	71	9,90	51
CHILE	4	5	4	13	1,81	7
COLOMBIA	9	10	4	23	3,21	12
COSTA RICA	1	1	3	5	0,70	5
CUBA	4	7	2	13	1,81	9
ECUADOR	2	2	2	6	0,84	5
EL SALVADOR	3	2	1	6	0,84	6
GUAYANA	-	-	-	0	0,00	-
GUATEMALA	1	5	-	6	0,84	4
HONDURAS	1	-	1	2	0,28	1
JAMAICA	-	-	-	0	0,00	-
MÉXICO	9	6	9	24	3,35	10
NICARAGUA	-	1	-	1	0,14	-
PANAMÁ	3	-	2	5	0,70	4
PARAGUAY	2	-	-	2	0,28	2
PERÚ	-	3	-	3	0,42	2
PUERTO RICO	-	-	-	0	0,00	-
R.DOMINICANA	1	-	-	1	0,14	1
TRINIDAD	-	1	-	1	0,14	1
URUGUAY	5	1	3	9	1,26	6
USA	167	137	112	416	58,02	237
VENEZUELA	3	4	-	7	0,98	4
TOTAL	271	261	185	0	717	433

TOTAL PAÍSES

AFRICA	ENERO	FEBRERO	MARZO	TOTAL	PORCENT(%)	QSL ´S
ANGOLA	-	-	-	0	0,00	-
ARGELIA	1	-	-	1	4,55	1
CAMERÚN	1	-	1	2	9,09	-
COSTA DE MARFIL	-	-	-	0	0,00	-
EGIPTO -	-	-	0	0,00	-	-
ETIOPÍA -	-	-	0	0,00	-	-
GABÓN -	-	-	0	0,00	-	-
GUINEA ECUAT.	2	-	-	2	9,09	-
LIBERIA -	-	-	0	0,00	-	-
LIBIA -	-	-	0	0,00	-	-
MADAGASCAR	1	-	-	1	4,55	1
MALI -	-	-	0	0,00	-	-
MAURICIO	-	-	-	0	0,00	-
MAURITANIA	-	-	-	0	0,00	-
MARRUECOS	-	-	-	0	0,00	-
MOZAMBIQUE	-	-	-	0	0,00	-
NIGERIA 2	3	3	8	36,36	4	
R.SUDAFRICANA	2	2	-	4	18,18	2
REUNIÓN	-	1	-	1	4,55	1
SUDAN -	1	-	1	4,55	-	-
TANZANIA	1	-	-	1	4,55	1
TÚNEZ -	-	-	0	0,00	-	-
UGANDA	-	-	-	0	0,00	-
ZAIRE	-	-	-	0	0,00	-
ZIMBAWE	-	1	-	1	4,55	-
TOGO	-	-	-	0	0,00	-
VARIOS -	-	-	0	0,00	-	-
GHANA -	-	-	0	0,00	-	-
RWANDA	-	-	-	0	0,00	-
BURQUINA FASO	-	-	-	0	0,00	-
SIERRA LEONA	-	-	-	0	0,00	-
TCHAD -	-	-	0	0,00	-	-
KENIA	-	-	-	0	0,00	-

Las Radios Internacionales y su relación con la Audiencia

YEMEN	-	-	-	0		0,00	-
CONGO	-	-	-	0		0,00	-
MAURICIO.I.	-	-	-		0	0,00	-
SUDAN	-	-	-	0		0,00	-
GAMBIA	-	-	-		0	0,00	-
TOTAL	10	8	4	0		22	9

TOTAL PAÍSES

ASIA-OCEANIA	ENERO	FEBRERO	MARZO	TOTAL	PORCT(%)	QSL´S
ARABIA SAUDI	-	-	-	0	0,00	-
AUSTRALIA	10	2	4	16	12,60	9
BANGLADESH	-	-	1	1	0,79	1
COREA	-	-	-	0	0,00	-
DUBAI	-	-	1	1	0,79	1
CHINA	1	-	-	1	0,79	-
FILIPINAS	-	1	1	2	1,57	-
INDIA	6	6	4	16	12,60	7
INDONESIA	-	4	1	5	3,94	3
IRAN	-	-	-	0	0,00	-
IRAK	-	-	-	0	0,00	-
ISRAEL	2	-	1	3	2,36	1
JAPÓN	14	17	13	44	34,65	36
JORDANIA	-	-	-	0	0,00	-
KUWAIT	-	-	-	0	0,00	-
LIBANO	-	-	-	0	0,00	-
MALASIA	1	-	-	1	0,79	1
N.ZELANDA	16	7	8	31	24,41	18
OMAN	-	-	-	0	0,00	-
PAKISTÁN	-	2	-	2	1,57	2
POLINESIA	-	-	-	0	0,00	-
SINGAPUR	-	-	-	0	0,00	-
SIRIA	-	-	-	0	0,00	-
SRI-LANKA	2	-	-	2	1,57	2
TAILANDIA	-	-	-	0	0,00	-
TURQUÍA	-	-	-	0	0,00	-
NEPAL	1	-	-	1	0,79	-
GOLFO PERSICO	-	1	-	1	0,79	-
JAMAICA	-	-	-	0	0,00	-
TOTAL	53	40	34	0	127	80

Vemos ahora los datos de QSL de 1996. Como se puede comprobar hay claras diferencias con los anteriores estudios de los QSL'S enviados tres años antes:

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996
 Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAÍS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIQ
** CONTINENTE AMÉRICA			
USA	CHICAGO, ILL.60618	3225 KHZ	3
MÉXICO	31820 ASCENSION, CHIH	3225 KHZ	4
USA	BEAR, DELAWARE 19701-1145	3225 KHZ	4
NICARAGUA	MANAGUA	5970 KHZ	5
PANAMÁ	PANANA	5970 KHZ	4
GUATEMALA	ANTIGUA GUATEMALA	5970 KHZ	4
CANADA	VILLE DE LAVAL H7N ILS, QUEBEC	6055 KHZ	4
CUBA	CIUDAD HABANA 10700	6055 KHZ	2
USA	BROOKLYN, NY 11202	6055 KHZ	2
MÉXICO	98330 MIGUEL AUZA, ZACATECAS	6055 KHZ	4
COLOMBIA	BOGOTA D.C. AUZA, ZACATECAS	6055 KHZ	3
USA	GLEN BURNIE, MD 21061	6055 KHZ	4
MÉXICO	20010 AGUASCALIENTES	6055 KHZ	4
EL SALVADOR	SANTA TECLA 04108	6055 KHZ	4
USA	MIAMI, FL 33135-3432	6055 KHZ	3
MÉXICO	98330 MIGUEL AUZA, ZACATECAS	6055 KHZ	5
MÉXICO	98330 MIGUEL AUZA, ZACATECAS	6055 KHZ	5
MÉXICO	44920 GUADALAJARA, JALISCO	6055 KHZ	4
VENEZUELA	CARACAS 1050 A	6055 KHZ	4
ARGENTINA	2000 ROSARIO	6055 KHZ	3
VENEZUELA	2003 VALENCIA, EDO. CARABOBO	6055 KHZ	5
CUBA	80100 ROLGUIN	6055 KHZ	4
CANADA	TOTONTO ONT, MSA 2N2	6055 KHZ	4
COLOMBIA	SANTIAGO DE CALI,VALLE DEL CAUCA	6125 KHZ	4
VENEZUELA	CARACAS 1050 A	6125 KHZ	4
USA	TOANO, VA 231168	6125 KHZ	3
BRASIL	77054-970 PALAMAS/TOCANTINS	6125 KHZ	4
CHILE	TOCORNAL, TALAGANTE	6125 KHZ	3
ARGENTINA	1655 JOSE LEON SUAREZ, (BS.AS.)	6125 KHZ	5
MÉXICO	91330 VIGAS DE RAMIREZ, VERACRUZ	6125 KHZ	5
CUBA	VEDADO, C.HABANA 10400	6125 KHZ	4
MÉXICO	20010 AGUAS CALIENTES	6125 KHZ	4
ARGENTINA	2000 ROSARIO	6125 KHZ	3
ARGENTINA	31000 PRANA ENTRE RIOS	6125 KHZ	5
VENEZUELA	CARACAS 1050 A	6125 KHZ	4
USA	GRAND RAPIDS, MI 49505	9540 KHZ	3
USA	PORT MURRAY, NEW JERSEY 07865	9540 KHZ	3
USA	SYRACUSE, NY 13210	9540 KHZ	2
USA	BAKERSFIELD, CA 93302-1542	9540 KHZ	4
USA	BAKER, LOUISIANA 70714	9540 KHZ	4
USA	EUCLID 44132, OHIO 1057	9540 KHZ	3
USA	CLINTON, TN 37716-2838	9540 KHZ	4
USA	SHELBYVILLE, TN 37160-5918	9540 KHZ	3
USA	CLEARWATER, FL 34616	9540 KHZ	4
USA	TAMPA, FL 33615-4020	9540 KHZ	3

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996

Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
** CONTINENTE AMERICA			
USA	CARROLLTON, GEORGIA 30117-9408	9540	KHZ 4
USA	EARLYSVILLE, VA 22936	9540	KHZ 3
USA	ALEXANDRIA, VIRGINIA 22308	9540	KHZ 5
USA	BRYANS ROAD, MD 20616	9540	KHZ 5
USA	MONROEVILLE, PENNA 15146	9540	KHZ 5
USA	BLNE RIDGE SUMMIT, PA 17214	9540	KHZ 3
CANADA	VANCOUVER B.C. V6C 2M7	9540	KHZ 3
CANADA	CAMBRIDGE, ONT. N3H IAI	9540	KHZ 3
EL SALVADOR	SANTA TECLA 04108	9540	KHZ 4
USA	LANSING, IL 60438	9540	KHZ 5
USA	91453 LEOMINSTER, MASSACEUSSETTS	9540	KHZ 4
USA	CALHOUN, GA 30701	9540	KHZ 3
USA	CINCINNATI, OH 45238-1809	9540	KRZ 4
USA	CHESTERLAND, OHIO 44026-1444	9540	KHZ 4
USA	JENISON, MICHIGAN 49428	9540	KHZ 3
USA	SCHERTZ, TK 78154	9540	KHZ 3
USA	HOUSTON, TK 77096-3732	9540	KHZ 4
USA	HANANAN, SC 29406	9540	KHZ 4
USA	HALF MOON BAY, CA 94019	9540	KHZ 3
USA	HANOVER, MD 21076	9540	KHZ 4
USA	MANTEO, NC 27954-0280	9540	KHZ 5
USA	CAMELEN, AL 36126-0391	9540	KHZ 4
USA	HANFORD, CA 93230	9540	RHZ 3
USA	WEST HEMPSTEAD, NY 11552	9540	KHZ 2
USA	CHICAGO, IL 60639	9540	KHZ 3
USA	DORAVILLE, GA 30340	9540	KHZ 3
MEXICO	03311 MEXICO D.F.	9540	KHZ 4
USA	MILL VALLEY, CA 94941-3413	9540	KHZ 2
USA	SHEBOYGAN, WI 53081	9540	KHZ 4
USA	WILLIAMSPORT, PA 17701	9540	KHZ 3
USA	BERNARDSTON, PA 01337-0236	9540	KHZ 5
USA	NORWOOD, MA 02062	9540	KHZ 5
USA	BAKERSFIELD, CA 93302-1542	9540	KHZ 3
USA	CASTRO VALLEY, CA 94552-1621	9540	KHZ 2
USA	NEW ORLEANS, LA 70118	9540	KHZ 4
CANADA	HAMILTON, ONTARIO LEE 5J4	9540	KHZ 3
CANADA	D'ASTON CON. NICOLET, QUEBEC JOC IMO	9540	KHZ 3
USA	ANN ARBOR, MI 48106-4454	9540	RHZ 2
USA	HAZEL GREEN, KY 41332-9801	9540	KHZ 3
USA	38632 HERNANDO, MISSISSIPPI	9540	KHZ 3
USA	BELMONT, NORTH CAROLINA 2892	9540	KHZ 4
USA	QUARRYVILLE, PA 17566	9540	KHZ 4
USA	KINGS PARK, NY 11754	9540	KHZ 5
USA	STATE COLLEGE, PA 16801	9540	KHZ 3
USA	NORTHPORT, NY 11768	9540	KHZ 4
USA	01453 LEOMINSTER, MASSACEUSSETTS,	9540	KHZ 5

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996
 Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se os enviado

OSL,	PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
	** CONTINENTE AMERICA			
	USA	TOPEKA,KS 66606	9540	KNZ 4
	USA	BRISTOL, 11 060010-3332	9540	KHZ 3
	USA	EUCLID 44132, OHIO	9540	KHZ 3
	USA	ALLENTOWN, PA 18103	9540	KHZ 3
	USA	HIGH POINT,NC 27265	9540	KHZ 3
	USA	WEST CHESTER, PA 19380-2255	9540	KHZ 4
	USA	PORT CHESTER, NY 10573	9540	KHZ 4
	USA	GILMAMTON, NH 03237	9540	KHZ 4
	USA	WEST CHESTER, PA 19390-2255	9540	KHZ 4
	USA	PHILADELPHIA, PA 19107	9540	KHZ 4
	USA	PORT MATILDA, PA 16870	9540	KHZ 4
	USA	OVIEDO, FL 32765	9540	KHZ 4
	USA	SCHERERVILLE, IN 46375	9540	KHZ 4
	USA	CHICAGO, IL 60680-5203	9540	KHZ 4
	USA	BARON ROUGE, LA 7816	9540	KHZ 4
	USA	BAKER, LUISIANA 70714	9540	KHZ 4
	USA	SUGAR LAND, TI 77479-6122	9540	KHZ 4
	USA	AURORA, CO 80012-1260	9540	KHZ 4
	USA	DEMING, NM 88030-4552	9540	KHZ 4
	USA	CANOSA PARIC, CA 91307	9540	KHZ 4
	CANADA	CAMBRIDGE, ONT. N3E 1k1	9540	KHZ 4
	USA	SAN FRANCISCO, CA 94116-1135	9540	KHZ 4
	USA	SANTA CRUZ; CA 95063	9540	KHZ 3
	USA	SACRAMENTO, CA 95822	9540	KHZ 3
	CANADA	ST.PIERRE D'ORLEÁNS, QUEBECGOA4EO	3540	KHZ 3
	USA	SO PORTLAND, ME 04106	9540	KHZ 4
	USA	GARFIELD, NJ 07026	9540	KHZ 3
	USA	NEW YORK, NY 10048	9540	KHZ 4
	USA	BRENTWOOD, NY 11717-7103	9540	KHZ 4
	USA	MENANDS, NY 12204	9540	KRZ 4
	USA	ALLENTOWN, FA 18103	9540	KHZ 4
	USA	MORGANTOVN, WV 26505	9540	KHZ 4
	USA	ARTHUR WV 26816	9540	KHZ 3
	USA	HIGH POINT,NC 27265	9540	KRZ 4
	USA	HAZEL GREEN, KY 41332-9801	9540	KHZ 3
	USA	DAYTON, OHIO 45403	9540	KHZ 5
	USA	LAKE GENEVA, WI 53147	9540	KHZ 4
	USA	MADISON, WI 53711-5729	9540	KHZ 4
	USA	ALCESTER, SOUTH DAKOTA 570001-0551	9540	KHZ 5
	USA	EVANSTON, IL 60201-2221	9540	KHZ 3
	USA	NEW YORK, NY 10048	9540	KHZ 3
	CANADA	BARRIE, ONTARIO L4N 7G3	9540	KHZ 5
	USA	SAN JUAN, P.R.00919-0891	9540	KHZ 5

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996
 Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
** CONTINENTE AMERICA			
CUBA	HABANA 10700	9540	KHZ 2
HAMAICA W.I	ST.ANN	9540	KHZ 3
CUBA	10700 LAWTON, LA HABANA	9540	KHZ 5
USA	WEST HARTFORD, CJ 06117	9540	KHZ 4
USA	WEST MONROE, LOUISIANA 71291	9540	KHZ 3
USA	VERSAILLES, DE 54380-1529	9540	KHZ 4
USA	MARTINEZ, CALIFORNIA 94553	9540	KHZ 4
CANADA	WINNIPEG, MANITOBA R2C IW4	9540	KHZ 4
CANADA	MISSISSAUGA, ONT L5B IEI	9540	KHZ 4
PANADA	DRUMMONDVILLE, QUEBEC J2C3G2	9540	KHZ 3
MEXICO	DURANGO, DGO. 34000	9540	KHZ 4
USA	BLACKSBURG, YA 24060	9540	KHZ 3
USA	FORT COLLINS,, COLORADO 80521	9540	KHZ 4
USA	YORBA LINDA, CA 92687	9540	KHZ 4
USA	DES MOINES, IOWA 50310	9540	KHZ 4
USA	MOROCCO, IN 42963	9540	KHZ 5
USA	DAYTON, OHIO 45403	9540	KHZ 4
USA	CIINTON, TN 37716-2838	9540	KHZ 5
USA	HORTON, AL 35980	9540	KHZ 4
USA	BELMONT, NORTH CAROLINA 28012	9540	KHZ 4
USA	SFRINGFIELD, VA 22150	9540	KHZ 5
USA	BRYANS ROAD, MD 20616	9540	KHZ 4
USA	READING, PA 19602	9540	KHZ 4
USA	PHILADELPNIA, PA 19102-8037	9540	KHZ 5
USA	ROCHESTER, NY 14624-3205	9540	KHZ 4
USA	BUFFALO, NY 14212	9540	KHZ 4
USA	GASPORT, NY 14067	9540	KHZ 4
USA	WESTWOOD, NJ 07615-2923	9540	KHZ 3
USA	DOYLESTOWN, PA	9540	KHZ 4
USA	TOLEDO, OHIO 43614	9540	KHZ 4
USA	GROSSE POINTE WOODS,MICEIGAN	9540	KHZ 4
USA	KENT, WA 9803	9540	KHZ 4
USA	SOUTH SAN FRANCISCO, CA 94080	9540	HKZ 4
USA	WHITTIER, CA 90604	9540	HKZ 5
USA	LOCKPORT, IL 60441	9540	HKZ 4
USA	GRAND RAPIDS, MI 49505	9540	HKZ 4
USA	BELLEVILLE, MI 48111	9540	HKZ 4
USA	ROANOKE, VIRGINIA 24012	9540	HKZ 4
MEXICO	OTAY, BC 22500	9540	HKZ 3
CANADA	WINDSOR, ONTARIO, N9G 2A3	9540	HKZ 5
USA	PIQUIA, OHIO 45356-2120	9580	HKZ 3
CANADA	D'ASTON COM.NICOLET, QUEBEC JOC-IMO	9580	HKZ 4
URUGUAY	11100 MONTEVIDEO	9620	HKZ 3
COLOMBIA	SANTIAGO DE CALI,VALLE DEL CAUCA	9620	HKZ 4

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996
 Datos obtenidos de los inforaes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
** CONTINENTE AMERICA			
BRASIL	MANAUS-AM 69033-070	9620	KHZ 4
MEXICO	MEXICO,D.F. 11320	9620	KHZ 5
ARGENTINA	8000 BABIA BLANCA (BS.AS.)	9620	KHZ 5
BRASIL	69011-970 MANAUS	9620	KHZ 4
URUGUAY	12900 MONTEVIDEO	9620	KHZ 4
URUGUAY	12900 MONTEVIDEO	9620	KHZ 4
ARGENTINA	1752 LOMAS DEL MIRADOR, BS.AS.	9620	KHZ 4
ARGENTINA	5900 VILLA MARIA CBA	9620	KHZ 5
VENEZUELA	LA SABANITA BOCONO TRUJILLO 3103,	9620	KHZ 3
VENEZUELA	BARINAS, EDO.BARINAS	9620	KHZ 4
ARGENTINA	8303 CINCO SALTOS	9620	KHZ 4
BRASIL	LIBERDADE 31270-540, BELO HORIZONTE	9620	KHZ 3
ARGENTINA	1752 LOMAS DEL MIRADOR, BS.AS.	9620	KHZ 4
BRASIL	69470-000 TEFÉ, AMAZONAS	9620	KHZ 4
ARGENTINA	7600 MAR DE PLATA,BS.AS.	9620	XHZ 4
BRASIL	19400-000 PRESIDENTE VENCESLAU SP	9620	KHZ 4
BRASIL	69011-970 MANAUS, AMAZONAS	9620	KHZ 4
ARGENTINA	8000 BAHIA BLANCA (BS.AS.)	9620	KHZ 4
COLOMBIA	BOGOTA 1	9620	KHZ 4
USA	SACRAMENTO, CA 95826	9620	KHZ 4
USA	LEDYARD, CT.06339	9620	KHZ 4
VENEZUELA	PUERTO DE LA CRUZ	9620	KHZ 5
ARGENTINA	8000 BAHIA BLANCA (BS.AS.)	9620	KHZ 3
ARGENTINA	PANANA ENTRE RICE	9620	KHZ 5
CUBA	95100 GUANTANANO	9620	KHZ 4
USA	YAKIMA, WASHINGTON 98902-4050	9630	KHZ
USA	WHITECITY, OR 91503	9630	KHZ 3
USA	TAMPA, FL 33624-5001	9630	KHZ 5
MEXICO	CAMPECHE, CAMP. 24000	9630	KHZ 4
CUBA	10700 CIUDAD HABANA	9630	KHZ 4
USA	BIDDEFORD, MAINE 04005	9690	KHZ 4
USA	AURORA, CO 80012-1260	11775	KHZ 4
USA	BENSALEM, PENNSYLVANIA 19020	11775	KHZ 4
USA	WOOD DALE, IL 60191	11815	KHZ 4
COLOMBIA	POPAYAN-CAUCA	11515	KHZ 5
COLOMBIA	POPAYAN-CUACA	11815	KHZ 5
USA	WASHINGTON, DC 20037	11815	KHZ 4
COLOMBIA	POPAYAN-CAUCA	11815	KHZ 5
MEXICO	63156 TEPIIC, HAY	11815	KHZ 4
CUBA	GUANABACOA, C.HABANA	11815	KHZ 5
CUBA	10600 CIUDAD HABANA	11880	KHZ 3
BRASIL	FORTALEZA CEARA 60335-470	11880	KHZ 4
MEXICO	83260 HERMOSILLO, SONORA	11880	KHZ 5
CUBA	HOLGUIN 80100	11880	KHZ 5
USA	WASHINGTON, DO 20037	11880	KHZ 5

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996

Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
** CONTINENTE AMERICA			
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	XHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 2
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	11880	KHZ 5
COLOMBIA	POPAYAN-CAUCA	11880	KHZ 5
CUBA	60200 SANCTI SPIRITU	11880	KHZ 2
CUBA		11880	KHZ 4
USA	WASHINGTON, CD 20037	11880	KHZ 5
BRASIL	24240-630 NITEROI-RJ	11945	KHZ 4
BRASIL	LIBERDADE 31270-540,BELO HORIZONTE	11945	KHZ 2
BRASIL	SAO CARLOS, SP 13560-970	11945	KHZ 3
ECUADOR	RIOBAMBA	11945	KHZ 4
USA	WORCESTER, AM 01609	11945	KHZ 4
CUBA	C.HABANA, H.VIEJA 10100	12035	KHZ 5
CANADA	WESTON, ONTARIO M9P IA4	15110	KHZ 4
PUERTO RICO	CAGUAS 00726-0792	15110	KHZ 3
BRASIL	89120-000 TIMBO SC	17715	KHZ 4
BRASIL	2760G-000 VALNCA.RJ	17715	KHZ 4
ARGENTINA	2000 ROSARIO	17715	KHZ 4
ARGENTINA	5900 VILLA MARIA, CBA.	17715	KHZ 5
BRASIL	88505-470 LAGES, SC	17715	KHZ 4

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996
 Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
** CONTINENTE AMERICA			
BRASIL	69011-970 MANAUS	17715	KHZ 4
ARGENTINA	1426 BUENOS AIRES	17715	KHZ 4
BRASIL	MANAUS-AM 69-011-970	17715	KHZ 2
CHILE	PUENTE ALTO, SANTIAGO	17715	KHZ 3
BOLIVIA	COCHABAMBA	17715	KHZ 5
BRASIL	LIBERDADE 31270-540,BELO HORIZONTE	17715	KHZ 4
USA	MIAMI, FL 33135-3432	17715	KHZ 4
USA	MIAMI, FI 33135-3432	17715	KHZ 4
COLOMBIA	ENVIGADO, ANTIOQUIA	17715	KHZ 5
BRASIL	69011-970 MANAUS	17715	KHZ 4
ARGENTINA	2000 ROSARIO	17715	KHZ 4
USA	MIAMI, FL 33135-3432	17715	KHZ 4
BRASIL	IBERDADE 31270-540,BELO HORIZONTE	17715	KHZ 3
ARGENTINA	1768 CDAD.VILLA MADERO,(BS.AS.)	17715	KHZ 4
BRASIL	66080-250 BELEM	17715	KHZ 5
BRASIL	18250-000 PONTES E LACERDA NT	17715	KHZ 4
BRASIL	30161-975 BELO EORIZONTE MG	17760	KHZ 3
CHILE	SANTIAGO 14	17845	KHZ 4
URUGUAY	PUNTAS DE MACIEL FLORIDA 94010,	17845	KHZ 4
BRASIL	PAULISTA-PERNAMBUCO,RECIFE	17845	KHZ 3
VENEZUELA	6001 BARCELONA	17845	KHZ 5
ARGENTINA	4000 TUCUMAN	17845	KHZ 4
ARGENTINA	2000 ROSARIO	17845	KHZ 4
BRASIL	ALFREDO MARCONDES-SP 19180-000	17845	KHZ 4
BRASIL	SAO BERNARDO SP G9701-970	17870	KHZ 4
BRASIL	24240-630 NITEROI-RJ	17870	KHZ 4
BRASIL	PORTO ALEGRE 90001-780	17870	KHZ 5
ECUADOR	PORTOVIEJO, MANABI	17870	KHZ 5
COLOMBIA	POPAYAN-CAUCA	17870	KHZ 5
COLOMBIA	POPAYAN-CAUCA	17875	KHZ 5
USA	MIAMI, FL 33135-3432	2130/2200	5
CUBA	10600 CIUDAD HABANA	21570	KHZ 3
ARGENTINA	2000 ROSARIO	21570	KHZ 4
ARGENTINA	4000 TUCUMAN	21570	KHZ 5

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996

Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
** CONTINENTE EUROPA			
REINO UNIDO	LONDON W14 8DT	3225	KHZ 3
ALEMANIA	84359 SIMBACH A.,TNN	3225	KHZ 3
REINO UNIDO	BLACKPOOL FYI IAA	6125	KHZ 3
SUECIA	57341 TRAMAS	6125	KHZ 3
REINO UNIDO	HANLEY CASTLE, WORCS WRB OAT	6125	KHZ 3
ALEMANIA	51145 KOLN	6125	KHZ 4
ALEMANIA	45768 MARL/WESTF.	6125	KHZ 4
ALEMANIA	46537 DINSLAKEN	6125	KHZ 4
ALEMANIA	49082 OSNABRUCK	6125	KHZ 3
ALEMANIA	08428 LANGENBERNSDORF	6125	KHZ 3
REINO UNIDO	BLACKPOOL FY3 9EW	6125	KHZ 4
ALEMANIA	69117 HEIDELBERG	6125	KHZ 4
ALEMANIA	12159 BERLIN	6125	KHZ 3
REINO UNIDO	GLASGOW G32 ORZ, ESCOCIA	6125	KHZ 4
SUECIA	18347 TABY	6125	KHZ 4
SUIZA	4442 DIEPFLINGEN	6125	KHZ 4
SUECIA	5252 HOSANGER	6125	KHZ 4
ALEMANIA	75177 PFORZHEIM	6125	KHZ 3
ALEMANIA	01737 THARANDT	6125	KHZ 3
ALEMANIA	36043 FULDA	6125	KHZ 2
ALEMANIA	33098 PADEBORN	6125	KHZ 4
ALEMANIA	12059 BERLIN	6125	KHZ 3
REINO UNIDO	BLACKPOOL FYI IAA	6125	KHZ 4
FRANCIA	63100 CLERMONT FERRAND	6125	KHZ 3
FRANCIA	63100 CLERMONT FERRAND	6125	KHZ 4
ALEMANIA	91217 HERSBRUCK	6125	KHZ 5
ALEMANIA	82383 HOEENPCISSENBERG 91	6125	KHZ 3
ALEMANIA	39552 STENDAL	6125	KHZ 2
ALEMANIA	45966 GLADBECK	6125	KHZ 3
ESPAÑA	29680 ESTEPONA, MALAGA	6125	KHZ 3
ALEMANIA	13351 BERLIN	6125	KHZ 3
ALEMANIA	94179 LEIPZIG	6125	KHZ 3
ALEMANIA	31135 HILDESHEIM	6125	KHZ 3
ALEMANIA	37079 GOTTINGEN	6125	KHZ 3
ALEMANIA	41469 NEUSS	6125	KHZ 3
ALEMANIA	47269 DUISBURG	6125	REZ 3
ALEMANIA	51375 LEVRKUSEN	6125	KHZ 3
ALEMANIA	72768 REUTLINGEN	6125	XHZ 2
ALEMANIA	75177 PFORZEEIM	6125	KHZ 3
FRANCIA	13090 AIX EN PROVENCE	6125	KHZ 5
BELGICA	9150 RUPELMANDE	6125	KHZ 4
REINO UNIDO	GUILDFORD SURREY GU3 2JB	6125	KHZ 3
REINO UNIDO	MACKWORTE DERBY DE22 4FT	6125	KHZ 4
REINO UNIDO	WESTEOUGETON, BOLTON BLS 3SB	6125	KHZ 3
FRANCIA	13090 AIX EN PROVENCE	6125	KHZ 5
FRANCIA	13090 AIX EN PROVENCE	6125	KHZ 4

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996

Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
** CONTINENTE EUROPA			
FRANCIA	27120 PALY SUR EURE	6125	KHZ 3
FRANCIA	69700 MANTAGNY	6125	KHZ 4
PAISES BAJOS	2275 VOORBURG	6125	KHZ 4
AUSTRIA	3107 ST, POLTEN	6125	KHZ 3
ALEMANIA	313465 BERLIN	6125	KHZ 3
ALEMANIA	45772 MARL	6125	KHZ 3
ALEMANIA	65835 ZIEDERBACE A.TS	6125	KHZ 3
ALEMANIA	66822 LEBACO /SAAR	6125	KHZ 3
ALEMANIA	08439 LANGENEESSEN/51	6125	KHZ 3
ALEMANIA	09456 ANNABERG BUCHEOLZ 1	6125	KHZ 3
ALEMANIA	01913 OSSLING	6125	KHZ 4
ALEMANIA	73525 SCHWABISCE GMUND,WURTTEMBERG	6125	KHZ 2
ALEMANIA	72800 ENINGEN	6125	KHZ 4
ALEMANIA	76571 OTTENAU-L	6125	KHZ 2
ALEMANIA	81825 MUNCHEN	6125	KHZ 3
ALEMANIA	91052 ERLANGEN	6125	KHZ 2
ALEMANIA	91623 SACHSEIN	6125	KHZ 4
FRANCIA	13090 AIX EN PROVENCE	6125	KHZ 5
FRANCIA	63100 CLERMONT FERRAND	6125	KHZ 4
FRANCIA	93400 SAINT OUET	6125	KHZ 4
PAISES BAJOS	8861 EP HARLINGEN	6125	KHZ 3
POLONIA	30052 KRAKOW	6125	KHZ 5
REINO UNIDO	IID.GLAMORGAN, WALES CF44 6NG	6125	KHZ 3
REINO UNIDO	COVENITRY CV4 9EE, WARWICK SHIRE	6125	KHZ 3
REINO UNIDO	BRASSIDE, DURHEAM DHEI SYD	6125	KHZ 3
FEDERACION RUSA	398000 LIPETSK	6125	KHZ 5
BIELORRUSIA	212011 MOGILEV	6125	KHZ 3
ITALIA	91016 CASA SANTA-ERICE SICILIA (TP)	6125	KHZ 4
ALEMANIA	41707 VIERSEN	6125	KHZ 4
ALEMANIA	42549 VELBERT	6125	KHZ 3
ALEMANIA	49624 LONINGEN	6125	KHZ 3
ALEMANIA	58099 HAGEN	6125	KHZ 3
ALEMANIA	57610 ALTENKIRCHEN/WW	6125	KHZ 2
ALEMANIA	57610 ALTENKIRCHEN/WW	6125	KHZ 3
ALEMANIA	73527 SCHWABISCH GMUND,BADEN-WURT.	6125	KHZ 4
ALEMANIA	76337 WALDBRONN	6125	KHZ 3
ALEMANIA	79286 GLOTTERTAL	6125	KHZ 3
ALEMANIA	86470 THANNHAUSEN	6125	KHZ 3
ALEMANIA	06844 DESSAU	6125	KHZ 3
ALEMANIA	12099 BERLIN	6125	KHZ 3
ALEMANIA	14478 POSTDAM	6125	KHZ 3
ALEMANIA	37085 GOTTINGEN	6125	KHZ 4
ESPAÑA	35080 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	6125	KHZ 4
FRANCIA	94700 MAISON ALFORT	6125	KHZ 4
ALEMANIA	78224 SINGEN/H	6125	KHZ 4
ALEMANIA	58455 WITTEN	6125	KHZ 3

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996

Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
** CONTINENTE EUROPA			
ALEMANIA	37085 GOTTINGEN	6125	KHZ 4
FRANCIA	13090 AIX EN PROVENCE	6125	KHZ 4
FRANCIA	13090 AIX EN PROVENCE	6125	KHZ 5
FRANCIA	13090 AIX EN PROVENCE	6125	KHZ 4
FRANCIA	13090 AIX EN PROVENCE	6125	KHZ 5
PORTUGAL	2765 ALCABIOECHE	6125	KHZ 2
FRANCIA	13090 ALA EN PROVENCE	5125	KHZ 3
FINLANDIA	68570 LAISMO	6125	KHZ 3
FRANCIA	13090 AIX EN PROVENCE	6125	KHZ 5
ALEMANIA	86609 DONAUWORTH	6125	KHZ 5
ALEMANIA	64347 GRIESHEIN	6125	KHZ 2
ALEMANIA	14478 POSTDAM	6125	KHZ 3
BIELORRUSIA	211440 NOVOPOLGK 8, VITEBSKAYA OBL	6125	KHZ 3
UCRANIA	DNEPROPETROVSK 320130	6125	KHZ 4
FRANCIA	88140 CONTREXEVILLE	6125	KHZ 4
ESPAÑA	12080 CASTELLON	6130	KHZ 4
ESPAÑA	12080 CASTELLON	6130	KHZ 4
ESPAÑA	20500 MONDRAGON, GUIPUZCOA	7275	KHZ 3
ITALIA	0149 MILANO	7275	KHZ 4
ITALIA	4170 GORIZIA	7275	KHZ 4
ALEMANIA	23812 WAHLSTEDT	7275	KHZ 3
ALEMANIA	34497 KORBAHC	7275	KHZ 2
AUSTRIA	2381 LAAB IM WALDE	7275	KHZ 2
PAISES BAJOS	7542 DH ENSCHEDE	7275	KHZ 4
BULGARIA	1111 SOFIA 11	7275	KHZ 4
ITALIA	BERGAMO	7275	KHZ 5
ITALIA	0047 PRATO	7275	KHZ 4
DINAMARCA	8410 RONDE	7275	KHZ 4
FINLANDIA	20360 TURKU	7275	KHZ 4
ITALIA	3012 ANAGNI, FROSINONE	7275	KHZ 4
UCRANIA	53166 KIEV	7275	KHZ 3
AUSTRIA	1030 VIENA	7275	KHZ 3
ESPAÑA	28080 MADRID	7275	KHZ 3
ESPAÑA	46988 FUENTE DEL JARRO, VALENCIA	7275	KHZ 3
IRLANDA	BELFAST BTS 7BL	9540	KHZ 3
IRLANDA	IRCO.FERMANAGH BT92-OFW	9540	KHZ 3
REINO UNIDO	BLACKPOOL FYA IAA	9540	KHZ 2
FRANCIA	72530 YVRE L'EVEQUE	9540	KHZ 4
FRANCIA	60350 AUTRECHES	9540	KHZ 4
FRANCIA	54260 LANGUYON	9580	KHZ 2
FRANCIA	93110 ROSNY-SOUS-BOIS	9580	KHZ 3
ALEMANIA	55131 MAINZ	9620	KHZ 4
ALEMANIA	12045 BERLIN	9620	KHZ 4

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996

Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
** CONTINENTE EUROPA			
ALEMANIA	1447B POSTDAN	9620	KHZ 4
ALEMANIA	23554 LUBECK	9620	KHZ 3
ALEMANIA	31548 RODENBERG	9620	KHZ 4
ALEMANIA	42853 REMSCHEID	9620	KHZ 2
FRANCIA	63100 CLERMONT FERRAND	9620	KHZ 2
ITALIA	4100 BERGAMO	9620	KHZ 5
FRANCIA	63150 LA BORBOULE	9620	KHZ 2
ITALIA	0080 S.BENIGNO	9620	KHZ 3
ALEMANIA	94572 SCHEOFWEG	9620	KHZ 3
ALEMANIA	97618 WOLLBACH	9620	KHZ 3
ALEMANIA	87719 MINDELHEEIM	9620	KHZ 3
ALEMANIA	80689 MIUNCHEN	9620	KHZ 4
ALEMANIA	71691 FREIBERG	9620	RHZ 4
ALEMANIA	75305 NEUENBURG	9620	KHZ 3
ALEMANIA	50374 ERP	9620	KHZ 3
ALEMANIA	52499 BAESWEILER	9620	KHZ 3
ALEMANIA	56072 KOBLENZ	9620	KHZ 3
ALEMANIA	57610 ALENKIHEN/WW	9620	KHZ 2
ALEMANIA	58710 MENDEN	9620	KHZ 3
ALEMANIA	58710 MENDEN	9620	KHZ 3
ALEMANIA	44263 DORTMUND	9620	KHZ 3
ALEMANIA	42853 REMSCHEID	9620	KHZ 2
ALEMANIA	45476 MULEHIM AN DER RUHR	9620	KHZ 4
ALEMANIA	44869 BO-WATTENSCHIED	9620	KHZ 4
ALEMANIA	48712 GESCHER	9620	KHZ 3
ALEMANIA	49082 OSNABRUCK	9620	KHZ 4
ALEMANIA	49082 OSNABRUCK	9620	KHZ 4
ALEMANIA	30419 HANNOVER	9620	KHZ 4
ALEMANIA	30539 HANNOVER	9620	KHZ 3
ALEMANIA	31135 HILDESHEIM	9620	KHZ 4
ALEMANIA	31548 RODENBERG	9620	KHZ 5
ALEMANIA	31840 HESSISCH OLDENDORF	9620	KHZ 3
ALEMANIA	22391 HAMBURG	9620	KHZ 3
ALEMANIA	24148 KIEL	9620	KHZ 4
ALEMANIA	24148 KIEL	9620	KHZ 4
ALEMANIA	24214 GETTORF	9620	KHZ 4
ALEMANIA	24214 GETTORF	9620	KHZ 4
ALEMANIA	14558 BERGHOLZ	9620	KHZ 3
ALEMANIA	18211 ADMANNSHAGEN	9620	KHZ 3
ALEMANIA	06369 WEISSANDT-GOLZAU	9620	KHZ 3
FRANCIA	44700 ORVAULT	9620	KHZ 3
FRANCIA	35400 STMALO	9620	KHZ 4

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996
 Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
** CONTINENTE EUROPA			
ALEMANIA	99089 ERFURT	9620	KHZ 4
ALEMANIA	91781 WEISSENBRUG	9620	KHZ 4
ALEMANIA	61184 KARBEN	9620	KHZ 4
ALEMANIA	31135 HILDESHEIN	9620	KHZ 4
ALEMANIA	22391 HAMBURG	9620	KHZ 4
ALEMANIA	28757 BREMEN	9620	KHZ 4
ALEMANIA	06406 BERNBURG/SAALE	9620	KHZ 4
AUSTRIA	9500 VILLACH	9620	KHZ 5
AUSTRIA	6130 SCHWAZ	9620	KHZ 3
AUSTRIA	4222 LUFTENBERG	9620	KHZ 3
FINLANDIA	49420 HAMINA 2	9620	KHZ 3
FRANCIA	83330 EVENOS	9620	KHZ 5
FRANCIA	76610 LE HAVRE	9620	KHZ 4
ITALIA	24100 BERGAMO	9620	KHZ 5
FEDERACION RUSA	182510 NEVEL, PSKOVSKAYA OBL.	9620	KHZ 2
ITALIA	60123 ANCONA	9620	KHZ 3
ALEMANIA	65929 FRANKFURT/M	9620	KHZ 3
ALEMANIA	14476 POSTDAN	9620	KHZ 4
ALEMANIA	16225 EBERSWALDE	9620	KHZ 3
ALEMANIA	99326 STADTILM	9620	KHZ 4
ALEMANIA	39552 STENDAL	9620	KHZ 3
ALEMANIA	09119 CHEMNITZ	9620	KHZ 3
FINLANDIA	65320 VAASA 32	9620	KHZ 4
ALEMANIA	50858 KOLN	9620	KHZ 3
FEDERACION RUSA	171060 BOLOGOYE, TVERSKAYA OBL	9620	KHZ 3
BIELORRUSIA	231300 LIGA, GRODNENSKAYA OBL	9620	KHZ 5
BIELORRUSIA	212011 MOGILEV	9620	KHZ 4
ALEMANIA	13051 BERLIN	9620	XHZ 3
UCRANIA	332700 OREJOV, ZAPOROZSKAYA OBL	9620	KHZ 3
ESPAÑA	20130 URNIETA, GUIPUZCOA	9620	KHZ 4
BELGICA	2930 BRASSCHAAT DXA 488	9620	KHZ 4
SUIZA	8104 WEININGEN	9620	KHZ 4
ALEMANIA	06120 HALLE (SAALE)	9620	KHZ 3
ALEMANIA	53340 MECKENHEIN	9620	KHZ 5
ALEMANIA	72768 REUTLINGEN	9620	KHZ 5
UCRANIA	252151 KIEV 151	9620	KHZ 4
ALEMANIA	51503 ROSRATH, HOFFNUNGSTHAL	9630	KHZ 4
ITALIA	00153 ROMA	9760	KHZ 5
AUSTRIA	1127 WIEN	9875	KHZ 4
ALEMANIA	06313 WIMMELBURG	11775	KHZ 4
ALEMANIA	04129 LEIPZIG	11775	KHZ 4
REINO UNIDO	BOLTON, BLS 3SB	11775	KHZ 3
ESPAÑA	08380 MAGRAT DE MAR, BARCELONA	11815	KHZ 3
ITALIA	96017 NOTO (SR)	11880	KHZ 2
FINLANDIA	65320 VAASA 32	11910	KHZ 4
FINLANDIA	65230 VASA	11910	KHZ 4

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996

Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
** CONTINENTE EUROPA			
ESPAÑA	45005 TOLEDO	11945	KHZ 4
ALEMANIA	39552 STENDAL	12035	KHZ 4
ALEMANIA	72820 UNTINGEN	12035	KHZ 5
ITALIA	45011 ADRIA	12035	KHZ 5
ITALIA	34170 GORIZIA	12035	KHZ 5
ALEMANIA	68167 MANNHEIM	12035	KHZ 5
ESPAÑA	46870 ONTINYENT, VALENCIA	12035	KHZ 4
ALEMANIA	14478 POSTDAM	12035	KHZ 3
ALEMANIA	83624 OTTERFING	12035	KHZ 4
REPUBLICA CHECA	25070 POSTRIZIN	12035	KHZ 4
ITALIA	60128 ANCONA	12035	KHZ 5
ITALIA	41100 MODENA	12035	KHZ 5
ESPAÑA	28080 MADRID	12035	KHZ 3
ITALIA	27029 VIGEVA	12035	KHZ 4
FRANCIA	80090 AMIENS	12035	KHZ 4
ITALIA	50047 PRATO	12035	KHZ 5
ALEMANIA	40882 RATINGEN	12035	KHZ 4
PAISES BAJOS	2275 VOORBURG	12035	KHZ 4
ITALIA	42020 REGGIO EMILIA	12035	KHZ 3
ALEMANIA	22417 HAMBURG	12035	KHZ 4
ITALIA	39100 BOZEN	12035	KHZ 2
ITALIA	54035 FOSDINOVO	12035	KHZ 5
PAISES BAJOS	523772 S.HERTOGENBOSCH	12035	KHZ 4
ALEMANIA	50225 FRECHEN	12035	KHZ 4
ALEMANIA	03172 GUBEN	12035	KHZ 5
ITALIA	27029 VIGEVANO	12035	KHZ 4
ITALIA	39100 BOZEN	12035	KHZ 4
ITALIA	41100 MODENA	12035	KHZ 5
FRANCIA	27120 PALY SUR EURE	12035	KHZ 5
REPUBLICA CHECA	25070 POSTRIZIN	12035	KHZ 5
ALEMANIA	55218 INGELHEIM	12035	KHZ 4
ITALIA	45011 ADRIA (ROVIGO)	12035	KHZ 5
ITALIA	54100 MASSA MS	12035	KHZ 4
ITALIA	60128 ANCONA	12035	KHZ 5
ITALIA	09045 QUARTU S.ELENA, SARDEGNA	12035	KHZ 4
ESPAÑA	39080 SANTANDER	12035	KHZ 4
ESPAÑA	11008 CADIZ	12035	KHZ 2
ITALIA	39100 BOZEN	12035	KHZ 5
HUNGRÍA	6500 BAJA	12035	KHZ 4
ITALIA	FORZA D'AGRO, SICILIA	12035	KHZ 4
ESPAÑA	41080 SEVILLA	15110	KHZ 3
ESPAÑA	20500 MONDRAGON, GUIPUZCOA	17715	KHZ 3
ESPAÑA	15080 LA CORUÑA	17715	KHZ 3

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996

Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
** CONTINENTE EUROPA			
ALEMANIA	55218 INGELHEIN		17715 KHZ 2
ESPAÑA	28500 ARGANDA DEL REY, MADRID		17755 KHZ 3
ALEMANIA	24235 LABOE BY KIEL		17755 KHZ 2
ALEMANIA	19707 BERLIN		17870 KHZ 5
FRANCIA	93110 ROSNY-SOUS-BOIS		17870 KHZ 4

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996

Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIG
** CONTINENTE AFRICA			
ARGELIA	REGHAIA BOUMERDES	35460	6125 KHZ 3
COTE D'IVOIRE	TIASSALE		6130 KHZ 2
COTE D'IVOIRE	CHU BOUAKE		6130 KHZ 3
ARGELIA	CHEMMORA	05830, W.BARNAO 5000	6130 KHZ 3
ESPAÑA	11701 CEUTA		7275 KHZ 4
ESPAÑA	11701 CEUTA		9620 KHZ 5
GHANA	ASSIN FOSU		11775 KHZ 4
REPUBLICA SUDAFRICANA	BISHOPS GATE	4008, DUSLAN	11775 KHZ 3
ESPAÑA	11701 CEUTA		11815 KHZ 2
ESPAÑA	11701 CEUTA		11880 KHZ 3
COSTA DE MARFIL	DIVO		17715 KHZ 3
ETIOPIA	SHASHEMANE		17715 KHZ 4
MAURICIO	BEAU-BASSIN, MARITIUS,		17715 KHZ 5
ETIOPIA	SHASHEMANE		17715 KHZ 2
GUINEA ECUATORIAL	APDO 82		17755 KHZ 3
GUINEA ECUATORIAL	187 MALABO		17755 KHZ 3
SENEGAL	DAKAR		17755 KHZ 3
GUINEA ECUATORIAL	187 MALABO		17755 KHZ 3
TOGO	VOGAN		17755 KHZ 5

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996
 Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
** CONTINENTE ASIA			
TAILANDIA	BUNGKAN 43140, HONGXHAI	5970 KHZ	3
JAPON	KANAGAWA PREF, 229	6125 KHZ	4
INDIA	ALCUTTA 700 091	6125 KHZ	4
COREA DEL SUR	SEO-GU, DAEJEON 302-181	6125 KHZ	3
INDONESIA	PEKANBARU 28011	6125 KHZ	4
FEDERACION RUSA	344029 ROSTOV/DON	6125 KHZ	4
INDIA	GRIC.COLLEGE, BAPATLA A.F.522101	6125 KHZ	3
FEDERACION RUSA	620072 YEKATERINBURG	6125 KHZ	2
MALASIA	81110 JOHOR BAHRU	6125 KHZ	4
INDIA	DIST.NASIK, MAHARASHTRA, 422207	6125 KHZ	3
FEDERACION RUSA	390041 RYAZAN	6125 KHZ	4
FEDERACION RUSA	426067 IZHEVSK	6125 KHZ	3
MALASIA	81110 JOROR BARRO	6125 KHZ	4
TURQUIA	MEKAN KOOP, DIYARBAKIR C-BLOX 14,	6130 KHZ	3
JAPON	TOTSUKA-KU, YOKOHAMA 245	7275 KHZ	2
EMIRATOS ARABES	DUBAI	7275 KHZ	5
UNIDOS			
TAILANDIA	43140 BUNGKAN	7275 KHZ	2
INDIA	UDYOGAMANDAL STATE 683501, KERALA	9530 KHZ	4
ISRAEL	19125 RAMAT ZVI	9540 KHZ	4
ISRAEL	19125 RAMAR ZVI	9540 KHZ	3
INDIA	UDYOGAMANDAL 683501	9540 KHZ	4
ARABIA SAUDITA	RIYADDHE 11416	9580 KHZ	4
	TOKYO 176	9620 KHZ	5
JAPON	CHIBA 273	9620 KHZ	4
JAPON	NANIWA-XU, OSAKA 556	9620 KHZ	4
JAPON	HAMAMATSU-SEI 435	9620 KHZ	4
JAPON	TOYOHASHI, AICHI-KEN 441	9620 KHZ	3
JAPON	KOBE 655	9620 KHZ	3
JAPON	SAIHAKU-GUN, TOTTORI 689-33	9620 KHZ	4
JAPON	NAGOYA 467	9620 KHZ	4
JAPON	390041 PYAZYAN	9620 HKZ	3
FEDERACION RUSA	TOKYO 192-03	9620 KHZ	4
JAPON	NANIWA-KU, OSARA 556	9620 KHZ	4
JAPON	HAMAMATSU-SEH 435	9620 KHZ	4
JAPON	65,1 ASKURA, UJISHI, OOKUBOCHO 611	9620 KHZ	4
JAPON	TOYOHASHI, AICRI-KEN 441	9620 KHZ	3
JAPON	655 KOBE	9620 KHZ	3
JAPON	KISOGAWA CHO, AICHI PREF. 493	9620 KHZ	4
JAPON	IWATE 020-01	9620 KHZ	4
JAPON	IOYOHASHI, AICHI-KEN 441	9620 KHZ	2
JAPON	UJIEDA-SHI, SEIZUOKA 426	9620 KHZ	3
JAPON	HANNO-CITY, SAITAMA 357	9620 KHZ	4
JAPON	164610 POLYARNIY	9620 KHZ	4
FEDERACION RUSA	182510 NEVEL, PSKOVSKAYA DEL.	9620 KHZ	2
FEDERACION RUSA			

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996
 Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
** CONTINENTE ASIA			
FEDERACION RUSA	PERNOURALKS 21, 62321	9620	KHZ 3
FEDERACION RUSA	182510 NEVEL, PSKOVSKAYA DEL,	9620	KHZ 2
JAPON	SAPPORO 062, HOKKAIDO	9620	KHZ 2
JAPON	HAMANATSU-SHI 435	9620	KHZ 4
JAPON	CHIBA 273	9620	KHZ 4
JAPON	KANAGAWA PREF. 229	9630	KHZ 4
INDIA	713212 BURDWAN	11775	KHZ 2
JAPON	NISHI-KU,KOBE, HYOGO 651-22	11815	KHZ 3
JAPON	TAKATSUKI-CITY, OSAKA 569-11	11910	KHZ 3
FEDERACION RUSA	664074 IRXUTSK	11920	KHZ 4
JAPON	KOHOKU-KU, YOKOHAMA 223	12035	KHZ 3
FEDERACION RUSA	426067 IZEEVSK	12035	KHZ 4
FEDERACION RUSA	367026 DAGRESTAN, MAXHACHXALA	12035	KHZ 3
TAILINDIA	41210 NAR-SON	17715	RHZ 3

COMPORTAMIENTO DE LAS FRECUENCIAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DE 1996
 Datos obtenidos de los informes de recepción recibidos en REE a los que se ha enviado QSL.

PAIS	CIUDAD	FRECUENCIA	SIO
** CONTINENTE OCEANIA			
AUSTRALIA	VICTORIA 3787	6125	KHZ 3
AUSTRALIA	MAROOCHYDORE, 4558	6125	KHZ 4
AUSTRALIA	COBURG 3058, MELBOURNE	6125	KHZ 4
NUEVA ZELANDA	MANAPOURI, FIORDLANO	6125	RHZ 4
AUSTRALIA	2144 SYDNEY	9540	KHZ 5
AUSTRALIA	CRANBOURNE, VICTORIA 3977	9540	KHZ 3
AUSTRALIA	TURABEACH NSW 2578	9540	KHZ 4
NUEVA ZELANDA	HASTINGS 4201	9540	KHZ 4
NUEVA ZELANDA	UPPER RICCARTON, CHRISTCHURCE	9540	KHZ 5
AUSTRALIA	SOUTH HOBART, TASMANIA 7004	9540	KHZ 4
NUEVA ZELANDA	OAMARU, SCUTH ISLAND	9540	KHZ 4
NUEVA ZELANDA	TARBAY, AUKLAND 1310	9540	KHZ 4
NUEVA ZELANDA	CERISTCHURCH 9006	9540	KHZ 4
AUSTRALIA	HEIDELBERG, 30B4 VICTORIA	9540	KHZ 4
NUEVA ZELANDA	WANGANUI 5001	9540	KHZ 4
NUEVA ZELANDA	2271 MATAMATA	9540	KHZ 4
AUSTRALIA	MT. COOLUM 4573 OLD.	9760	KHZ 4
AUSTRALIA	MAROOCHYDORE, QLD.4558	11945	KHZ 4
NUEVA ZELANDA	PORIRUA, WELLINGTGN	15110	KHZ 2

7.3 BIBLIOGRAFÍA.

(1).- WANG AN-PO Ambrosio. "El DX-ismo y la escucha de Onda Corta". pag 2. Radio Exterior de España.RNE.Madrid

(2).- Servicios Técnicos de Radio Nacional de España.

(3).- SALVADOR Pilar, Jefe del Departamento de Relaciones con la audiencia.

(4).- Relaciones con la Audiencia. Secretaria General RNE.

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES

Hemos abordado durante años un trabajo muy complejo y como decíamos al inicio del mismo, no exento de dificultades. Conocer quienes y cuantos escuchan o nos escuchan, es decir los aspectos cualitativos y cuantitativos de nuestra audiencia, ha sido al objetivo y la razón de este trabajo, como apuntábamos al comienzo.

En nuestros días la radiodifusión internacional se sustenta en tres sistemas técnicos, que pueden a su vez hacer evolucionar o disminuir a la audiencia:

1.- RADIO EN ONDA CORTA, que es el medio tradicional para las emisiones de este tipo y que continúan siendo, con gran ventaja sobre otros sistemas el más usado. Conocidas son sus carencias y ventajas. Entre las primeras resalta la poca calidad de la emisión a causa, tanto del medio técnico, como de la saturación del espectro y por lo tanto de múltiples interferencias en que se desarrolla. En cuando a las ventajas, resulta fundamental la independencia del radiodifusor para emitir a otros países, sin más que disponer de un centro emisor de Onda Corta. Desde hace años se está intentando introducir el uso de la banda lateral única con portadora reducida, pero la adopción está resultando muy lenta. Con esta solución técnica se quiere reducir el número de interferencias y aumentar el de emisiones disponibles.

2.- RADIODIFUSIÓN VÍA SATÉLITE. Para este servicio se aprovechan las subportadoras que las emisiones TV vía satélite permiten. No es un servicio de radiodifusión en sentido estricto, pues tiene la servidumbre de necesitar una antena y, además, orientarla al satélite de que se trate. Aparte de un receptor que no es de gran público. Es decir, no se dan los requisitos de servir a receptores estacionarios, móviles y portátiles. Se entiende que sin estas condiciones de recepción el servicio no es propiamente de radiodifusión. Sin

embargo, permiten la construcción de redes de telecomunicación en plazos más cortos que mediante infraestructuras terrestres. Lo que no está claro es que los costes sean menores. Por otro lado, como ha quedado demostrado, por ejemplo en los recientes conflictos, posibilitan el establecimiento rápido de comunicaciones mediante el uso de estaciones transportables en el lugar donde han sido destruidas las redes terrestres.

3.- USO DE EMISORAS DE ONDA MEDIA Y DE FRECUENCIA MODULADA SITUADAS EN LOS PAÍSES DONDE SE QUIERE LLEGAR. Esta solución se ha realizado a partir de la desaparición del bloque de países soviéticos. Los principales radiodifusores occidentales han llegado a acuerdos para usar emisoras de estos países. Es preciso resaltar que, al contrario de lo que se pensó hace pocos años, el interés en las emisiones internacionales no sólo se ha mantenido, sino que posiblemente se ha incrementado. Los grandes radiodifusores están potenciando sus medios técnicos de difusión. Es decir, en la actualidad proliferan servicios nuevos y las llamadas aplicaciones multimedia, que en definitiva mejoran la calidad o por lo menos tratan de hacer, lo que redundará en beneficio de la audiencia.

Hemos querido hacer un acercamiento técnico para explicar ahora, y comprender mejor, la situación a donde vamos.

Todas las emisoras de Radio Internacional tienen una característica común : SON ÚNICAS. La inmensa mayoría de las Emisoras Internacionales tienen en sus respectivos países lo que podríamos denominar "exclusiva de las ondas más allá de sus propias fronteras". Una exclusiva que puede empezar a perderse en el futuro, ya que en INTERNET empiezan a integrarse emisoras con características "nacionalistas" y que pueden enviar su mensaje a través de esa nueva tecnología.

De cualquier forma esa exclusividad hace que las emisoras y sus programadores sigan con su gran responsabilidad a la hora de presentar las diferentes programaciones.

Por otro lado, la diversidad de idiomas y las constantes coincidencias entre Emisoras Internacionales hacen que exista entre las distintas Emisoras Internacionales una verdadera competencia, una lucha por la competencia, que no impide la estrecha colaboración.

8.1 SEIS PREGUNTAS AL AIRE

Al llegar a este punto de nuestras conclusiones, quisiéramos lanzar al aire seis cuestiones que siempre nos han preocupado:

- 1- ¿Evoluciona la audiencia internacional?.
- 2- ¿Los oyentes son siempre los mismos?.
- 3- ¿Los mensajes que la audiencia de emisoras internacionales buscan varían en el tiempo y, sobre todo, varían con los cambios sociales, económicos, políticos, culturales, etc. . que se producen en nuestro mundo?.
- 4- ¿Se da un fenómeno de tipo biológico en los cambios de las audiencias de emisoras internacionales?.
- 5- ¿Fuera de los cambios biológicos son posibles incorporaciones de oyentes?.
- 6- Por último, de ser afirmativas nuestras respuestas, ¿exige esta continua evolución en todos los órdenes un constante cambio en las programaciones?.

Estas son preguntas que nos hemos hechos siempre todos aquellos que hemos tenido responsabilidades en cualquier Radio internacional y que hemos podido contrastar en nuestros encuentros con los Servicios de Audiencia de las principales Emisoras Internacionales.

8.2 RESPUESTAS

Cuestiones que podemos responder una por una tras esos intercambios de pareceres.

- 1- ¿Evoluciona la audiencia internacional?. La respuesta para nosotros no es otra que una afirmación rotunda. Evoluciona de forma constante, tanto en el tiempo como en el espacio.
- 2- ¿Los oyentes son siempre los mismos?. En nuestro caso, nuestra contestación es siempre negativa. Y no solamente no son los mismos, en cuanto a su personalidad individual se refiere, sino que un mismo oyente puede evolucionar con el paso de los años e incluso atravesar distintas situaciones anímicas que repercuten directamente en sus disposiciones para escuchar una emisora o un programa.
- 3- ¿Los mensajes que la audiencia busca, varían en función de agentes externos?. Parece claro que sí. Todo cambio político, social, económico, ideológico, etc incide de forma directa y decisiva en los oyentes de emisoras internacionales. Los acontecimientos que se vivieron hace siete y ocho años en el los países del Este, parecen demostrar estas palabras.
- 4- ¿Se da un fenómeno de tipo biológico en los cambios de nuestra audiencia?. Esta claro ya que cada día nacen o mueren oyentes. Biológicamente los oyentes de las Radios Internacionales cambian constantemente.
- 5- Fuera de los cambios puramente biológicos, ¿son posibles incorporaciones de oyentes?. Así es. La propia evolución que en

diversos sentidos hemos afirmado en las anteriores respuestas nos lleva a decir que cada día se producen nuevas incorporaciones a la escucha de las Emisoras Internacionales.

- 6- ¿Exige esta continua evolución de las audiencias un cambio constante en la programación?. Por experiencias contrastadas nos vemos obligados a contestar que no.

Dejando a un lado teorías sobre la lentitud de arraigo de los programas internacionales y la conveniencia de que la cadencia de los cambios sea lo conveniente para permitir ese arraigo, la experiencia nos dice que no es necesario un cambio constante de programas y si fundamental una rapidez de reflejos enorme para dentro de los mismos programas cambiar la mentalidad tanto de los programas en sí mismo considerados, como la de los profesionales que los realicen.

8.3 DARSE A CONOCER

Las Emisoras Internacionales tienen dos tareas muy importantes:

- Que los oyentes conozcan a la emisora.
- Que la emisora conozca a los oyentes.

Dos tareas fundamentales. Las Emisoras Internacionales deben hacer un esfuerzo considerable y constante para dar a conocer sus actividades y que al mismo tiempo las Emisoras Internacionales puedan conocer a sus oyentes.

Pocas veces los profesionales de la radio se mueven tan a ciegas como en los primeros acercamientos a las nuevas audiencias de las Emisoras Internacionales. Incluso en las primeras tomas de decisión sobre campos de investigación o sobre zonas, tanto geográficas como sociales, los expertos se mueven con un elevado porcentaje de intuición.

Sólo cuando se tienen encima de la mesa algún tipo de resultados, por mínimos que sean, los expertos empiezan a ver la luz que permite emprender el camino de un estudio de audiencia ya más concreto, en virtud de esas primeras intuiciones.

8.4 SITUACIÓN FUTURA

El escenario futuro de las Emisiones Internacionales se contempla en medios técnicos iguales a los que se están usando en la actualidad, pero con mejoras y variaciones técnicas. La radio seguirá usando la Onda Corta, el Satélite y, si las condiciones sociopolíticas lo permiten, el alquiler, compra o acuerdo de emisión con radiodifusores implantados en países a los que se destina el servicio. Todo ello abundará en el aumento de la audiencia y sobre todo en la mejora de la calidad de recepción.

Así la onda Corta continuará siendo en el medio plazo el principal soporte de emisión. La calidad mejorará por el uso de la banda lateral única. Pero, sin embargo, la gran mejora vendrá como consecuencia de la aplicación de técnicas digitales en estas bandas del espectro. El uso de modulaciones digitales junto con codificaciones protegidas en Onda Corta, así como la disponibilidad de receptores a precio módico, ofrecerá todas las ventajas actuales de este servicio y mejorará de forma sobresaliente las carencias. La calidad será comparable a la que ofrecen los equipos de Frecuencia Modulada y los desvanecimientos se verán compensados, de tal manera que el oyente apenas los percibirá. Dispondremos, entonces, de un medio técnico que reunirá las características de absoluta independencia y buena calidad para las Emisiones Internacionales. Medio que se califica ideal para las necesidades del Radiodifusor Internacional.

En cuanto al Satélite, ya hemos dicho que hoy en día no es adecuado para recibir en móviles y portátiles, pero es de esperar que, en el plazo de cinco o diez años, los satélites dispongan de la suficiente potencia para que sus emisiones lleguen a los móviles, portátiles y a los receptores estacionarios. En este caso y, por medio de la norma DAB, la calidad será excelente y las

zonas de cobertura abarcarán varios países. Así el número de programas aumentará y por tanto es previsible que el de los oyentes también.

Por razones de economía distintos radiodifusores usaran el mismo satélite. Este medio es ideal para las Emisiones Internacionales, pero no es independiente. El satélite es vulnerable a las interferencias provocadas y el coste muy alto, con lo cual los oyentes también sufrirán las consecuencias.

El cuanto al tercer sistema, es decir, al uso de emisoras locales, continuará como hoy en día, dependiendo de la posibilidad de tener una emisora en las zonas de cobertura.

En lo que se refiere a INTERNET, en los últimos años, el crecimiento de usuarios ha sido enorme. Hoy en día es un medio de comunicación para el gran público, con aplicaciones de diversa índole: profesionales, científicas, comerciales, lúdicas, etc ... Gran número de usuarios se beneficia de la capacidad de intercambiar datos, gráficos y sonidos entre cualquier punto del globo terrestre que disponga de ordenador y acceso a una red de comunicaciones, todo ello con un coste módico.

En este sistema no podrá estar ausente la radiodifusión, como hemos dicho, y de manera especial la internacional. Sin embargo, al tratarse de un red de acceso por cable, el número de usuarios que pueden acceder de manera simultánea a la información es muy limitado (algunas decenas, en el mejor de los casos). Esto está en clara contradicción con el concepto de radiodifusión.

Internet facilita, y lo hará incluso más en el futuro, ayuda al oyente y promoción del radiodifusor. El acceso a la programación, horarios, historia, archivos de sonido, etc... redundará cada vez más en una mejor información

de los oyentes interesados acerca de las radiodifusiones internacionales, pero no sustituirá a la radio en ninguna de sus funciones a causa de la inherente incapacidad del medio para difundir de manera simultánea un mensaje a millones de personas. El mensaje circulará por Internet con acceso secuencial por parte de los usuarios. El acceso desde las redacciones a importantes bancos y fuentes de información dará lugar a una mejora en la calidad de los contenidos, lo que sin duda hará que de alguna manera aumenten los oyentes, pero por alguna de las vías tradicionales.

8.5 CONSIDERACIONES FINALES

Presentamos en DOCE puntos resumidos, lo que consideramos como colofón y por tanto conclusión de este Trabajo de Investigación:

Se adivina una radiodifusión internacional con importante mejora en la calidad de sonido y mayor número de canales. Esto obligará a cambiar y evolucionar a nuevas formas los esquemas y principios en que se basa la programación actual.

Las Emisoras Internacionales seguirán teniendo su mayor aplicación en países con convulsiones políticas y, o, en vías de desarrollo, como es el caso actual de Asia, Africa, Sudamérica, Rusia, la zona de los Balcanes, etc...

Necesidad de armonizar las políticas que rigen los sistemas mundiales de telecomunicaciones. Todo ello a causa de la rápida evolución y convergencia de las tecnologías de las telecomunicaciones, lo que hace que el oyente está estos últimos años un poco desorientado.

La tarea del radiodifusor Internacional será conseguir en el futuro, que su emisora no sea sólo de información, sino de acompañamiento. Desde luego con el medio técnico de que se va a disponer, conseguir este objetivo es posible.

Afirmar, una vez más, la importancia y utilidad de la Radiodifusión Internacional y considerar, dentro de Ésta como fundamentales los estudios de audiencia, como el método más fiable para conocer a quienes nos dirigimos y poner los resultados al servicio de quienes han de programar.

Los estudios cualitativos, son cada vez más importantes y deben primar sobre los cuantitativos, aunque sin abandonar estos últimos.

La flexibilidad y la capacidad de adaptación a los acontecimientos, son condición "sine qua non" ya que permite que mejoremos en nuestros estudios y conozcamos mucho mejor a nuestra sociedad, como en el caso de los países del Este de Europa.

La investigación es fundamental ya que es un instrumento que confirma o niega el valor de las emisoras internacionales y la situación concreta del mercado mundial de medios de comunicación social.

La investigación y el conocimiento de las audiencias, debe contribuir a consolidar esas audiencias y a encontrar otras nuevas.

Es necesario combinar esfuerzos entre todas las tareas responsables de los estudios y relaciones con las audiencias y encontrar normas comunes para nuestro trabajo.

Considerar, estudiar y aplicar las nuevas tecnologías en los medios de comunicación y los nuevos métodos y medios de investigación.

Sistematizar en el tiempo los intercambios y las comunicaciones entre las distintas Emisoras Internacionales, a lo largo del año, entre las necesarias reuniones de trabajo a las que deben asistir los responsables de los servicios de Audiencias.

Persistencia de la audiencia, pero bajada de las comunicaciones. En los países ricos cada vez se escribe menos y aumentan las llamadas telefónicas. En las naciones pobres no hay dinero suficiente entre los oyentes para escribir cartas.

CAPITULO IX

APÉNDICE

Quisiéramos presentar en este último apartado una serie de trabajos y estudios que consideramos importantes para la finalización de este trabajo de investigación, o lo que es lo mismo: culminar la relación entre audiencia y radio internacional.

Consideramos importantes los siguientes:

"Perfil de la audiencia de radio en Europa", por José Ramón Rubio, Director de Marketing de Televisión Española.

"El idioma en el futuro de las emisoras internacionales", por Félix Gallardo, ex-jefe de Relaciones Externas de Radio Exterior de España, y en la actualidad Director Ejecutivo de Programas de Radio Nacional de España. Este fue un trabajo presentado en la VI Reunión Europea de los Servicios de Audiencia de Emisoras Internacionales, celebrada en Madrid en noviembre de 1990.

"Radio Mojtyla, contra la soledad y el miedo", información publicada por el diario EL PAÍS el 12 de diciembre de 1996.

"La lucha de Radio B-92" artículo de Luis Oz, seudónimo de Felipe Maraña, publicado por el diario EL MUNDO el 8 de diciembre de 1996.

"Planteamiento general y normas de estilo para la información en Radio Exterior de España", normas elaboradas por Homero Valencia en 1990, cuando fue Director de Radio Exterior de España.

"Audiencia de radios nacionales e internacionales", trabajo presentado por la UER en la reunión de Viena de 26 de enero de 1996.

"Mapa de las 75 zonas de radiodifusión"

9.1 EL PERFIL DE LA AUDIENCIA DE LA RADIO EN EUROPA

José Ramón Rubio

(Comunicación presentada en la Rencontre de Torremolinos 1995)

El planteamiento de este artículo giraba en torno a una pregunta clave: si se puede generalizar para hablar del perfil actual de la radio en Europa.

Y no es solamente que se pueda generalizar; es que no se puede hacer otra cosa. Para efectuar una primera aproximación al perfil de la audiencia en Europa (incluso en lo que hasta hace poco se denominaba "la Europa Occidental") no hay más remedio que partir de categorías generales.

Los criterios sociodemográficos que se utilizan de manera habitual para trazar perfiles (i.e., sexo, edad, habitat, etc...) resultan excesivamente estrechos. Hay que tener en cuenta que no se trata de categorizar o clasificar personas, sino países enteros. Países entre los que se dan diferencias muy grandes. Diferencias étnicas, históricas, sociales, culturales, económicas...

Un punto de partida que puede servir para, sin alejarnos del tema, establecer las primeras distinciones es la presencia que en cada país tiene el propio medio. Qué uso (habrá que resignarse a decir **qué consumo**) hace de él la población. Pero esto nos conduce a un segundo criterio, ya que averiguar que significa o supone ese consumo nos llevará a preguntarnos por la función que se ha otorgado al medio en cada ámbito: cuál es el papel que la comunidad le asigna, el tipo de relación que los ciudadanos mantienen con él.

En primer momento, la búsqueda ha de mantenerse en el plano estricto

de la cantidad. Lo primero de todo es evaluar con toda exactitud posible que peso cuantitativo tiene en cada país el hecho de escuchar la radio.

Dos son los criterios elementales que definen cuantitativamente el consumo de un medio de comunicación. El primero es el "**contacto**": es decir, el número de personas- o mejor, la proporción de individuos dado que tratamos de comparar países con poblaciones diversas-, el número de personas, decimos, que toman contacto ("consumen") el medio a diario. Es lo que en términos técnicos se denomina con las palabras "**reach**", "**cobertura**", "**audiencia acumulada**" o "**alcance neto**".

Un segundo factor aparece junto a ese primero, y constituye su principal complemento: **la permanencia o duración del contacto**. El tiempo de escucha o "consumo". Este criterio conduce a evaluar la audiencia no tanto por la cantidad de individuos que la componen, como por la cantidad de tiempo que esos individuos-o mejor, toda la población-dedican a la escucha de radio en un período de tiempo determinado. La audiencia de todo medio de comunicación, más si es un medio de suministro continuado, se resume siempre en esta **dialéctica contacto-permanencia**.

Lo normal es que un medio que se dirige a la audiencia a diario el período de tiempo elegido para evaluar esa audiencia sea también diario. Que hablemos de contacto o alcance diario y de tiempo diario de escucha. Por más que eso no es obstáculo para que en algunos países-fundamentalmente los anglosajones-lo preferido sea el consumo o la audiencia semanal.

Es otra prueba de lo extremadamente elemental que es todo intento de trazar un primer perfil. El objetivo obliga a adentrarse en un laberinto enmarañado de conceptos que, tras una apariencia sólida, científica,

incontrovertible, responden básicamente a convenciones. Hay que definir convencionalmente **qué queremos decir con la palabra "audiencia"**, que significa exactamente "escuchar". cuánto tiempo abarca esta actividad, qué grado de atención implica. En el plano de una comparación internacional hay que admitir finalmente, que por circunstancias culturales tengamos que aceptar conceptos diversos dentro del mismo rótulo: que **cosas distintas tengan que aceptarse bajo el mismo nombre**, y no sólo aceptarse: compararse, agregarse, hacer promedios y calcular índices estadísticos con ellas.

Pero, incluso puestos de acuerdo exactamente en los conceptos, tendremos que admitir que éstos provengan de fuentes no muy compaginables. Las audiencias de un medio y sus diferentes soportes- en el caso de la radio, su cadenas y emisoras- proceden de una panoplia muy variada de métodos que en un último esfuerzo por generalizar podemos sintetizar en dos: la entrevista personal y el cuaderno o diario de escucha.

AUDIENCIA DIARIA DE RADIO

Europa Occidental

País	%Reach
<i>Irlanda</i>	<i>89,0</i>
<i>Finlandia</i>	<i>84,0</i>
<i>Suiza-Ger</i>	<i>82,6</i>
<i>Alemania</i>	<i>81,2</i>
<i>Francia</i>	<i>78,8</i>
<i>Bélgica-NI</i>	<i>77,2</i>
<i>Suecia</i>	<i>77,0</i>
<i>Bélgica-FR</i>	<i>76,5</i>
<i>Dinamarca</i>	<i>76,0</i>
<i>Austria</i>	<i>75,9</i>
<i>Suiza-ITA</i>	<i>75,0</i>
<i>Holanda</i>	<i>74,0</i>
<i>Suiza-FR</i>	<i>67,3</i>
<i>Noruega</i>	<i>67,0</i>
<i>UK</i>	<i>67,0</i>
<i>Italia</i>	<i>64,5</i>
<i>Israel</i>	<i>59,0</i>
<i>España</i>	<i>56,4</i>
<i>Portugal</i>	<i>53,5</i>
<i>Grecia</i>	<i>48,0</i>

AUDIENCIA DIARIA DE RADIO
Europa Occidental

País	Minutos
<i>Bélgica-Ni</i>	247
<i>Finlandia</i>	220
<i>Suiza-Ger</i>	212
<i>Irlanda</i>	211
<i>Suiza-Ita</i>	206
<i>Portugal</i>	197
<i>Grecia</i>	168
<i>Alemania</i>	168
<i>Bélgica-Fr</i>	165
<i>Holanda</i>	165
<i>Suecia</i>	164
<i>Austria</i>	160
<i>Italia</i>	155
<i>UK</i>	155
<i>Francia</i>	155
<i>Dinamarca</i>	151
<i>Noruega</i>	145
<i>Suiza-Fr</i>	135
<i>Israel</i>	129
<i>España</i>	113

Sin abandonar el plano de generalidad, hemos podido establecer tres tipos diferentes de perfil de audiencia de radio en Europa Occidental. Al igual que un compilador tan notable como el finlandés Heikki Kasari podemos concluir

que nos queda una notable tarea de armonización metodológica.

Pero tampoco esto sería suficiente. No podemos decir que la unificación sin más de los métodos sea lo correcto.

Las razones por las cuales **se opta por la entrevista o el diario** va más allá de lo puramente práctico, económico o logístico y entran de lleno en lo cultural. En la Rencontre radiofónica de Torremolinos 1993, David Hutch, Asesor del Director General de la BBC, comparó a la Radio con el molino de viento en el que de manera seguramente enviable, él reside. Como en tiempo el molino se convirtió en centro de una comunidad, **la radio ha sido en algunos momentos centro de la sociedad en que actuaba** y esta posibilidad central- que legítima hoy totalmente que sea el diario, bien que electrónico, el medio con que se evalúe la audiencia de televisión-se conserva en mayor o en menor grado según las sociedades en que pervive. Allí en **donde esa centralidad de la radio se conserve, será viable, y aún aconsejable, la utilización del diario**. Conforme esa posición se vaya desplazando, se hará más y más palpable la necesidad de otros métodos.

Mediante estudios como el EGM tenemos hoy la oportunidad de conocer cómo se inserta la radio en el conjunto de la oferta diaria de medios, pues entre otras utilidades estos estudios dan una visión unitaria del fenómeno de la comunicación, y permiten una valoración de la posición relativa que cada medio ocupa en él: cuál es su protagonismo, qué valor se le otorga o, para volver al símil de David Hutch, cómo están de cerca, o de lejos, de aquella posición central que en su tiempo ocuparon los molinos. Completaríamos el panorama si dispusiésemos de esos maravillosos elefantes blancos que son los estudios de empleo del tiempo o time budget studies, para situar a la radio y los demás medios en un conjunto todavía más amplio, el comportamiento social.

AUDIENCIA DIARIA DE RADIO
Europa Occidental

País	Método
<i>Austria</i>	<i>Telefónico</i>
<i>Francia</i>	
<i>Israel</i>	
<i>Italia</i>	
<i>Noruega</i>	
<i>Suecia</i>	
<i>Bélgica-Fr</i>	<i>Diario</i>
<i>Bélgica-Nl</i>	
<i>Dinamarca</i>	
<i>Finlandia</i>	
<i>Holanda</i>	
<i>UK</i>	
<i>Alemania</i>	<i>Entrevista</i>
<i>España</i>	
<i>Grecia</i>	
<i>Irlanda</i>	
<i>Portugal</i>	
<i>Suiza-Fr</i>	
<i>Suiza-Ger</i>	
<i>Suiza-IT</i>	

Este género de estudios amplios, generales, omnicomprensivos, son la herramienta indispensable para conocer la realidad inmediata de nuestros medios de comunicación. Pero también representan la principal ayuda con que contamos los investigadores para trazar el perfil de esta aldea global en que vivimos.

9.2 EL IDIOMA EN EL FUTURO DE LAS EMISORAS INTERNACIONALES.

Felix Gallardo.

En cualquier razonamiento, en toda reflexión e incluso en una discusión, existen elementos que por obvios pueden llegar a pasar desapercibidos o, simplemente, no ser tenidos en cuenta y valorados en toda su intensidad.

Hace tiempo que, personalmente y, lógicamente, en el plano profesional me preocupa enormemente todo lo que se refiere al uso del idioma propio de cada emisora internacional y al empleo de otros idiomas en nuestras emisiones. Por un lado, se trataría de valorar en toda su dimensión, lo que supone para nuestras respectivas emisoras el idioma propio difundido al mundo entero en todas sus vertientes y facetas y, por otro, dar dimensión al hecho de que simultáneamente emitamos programas en las más diversas lenguas.

Creo que el mayor y más importante patrimonio con el que contamos las emisoras internacionales es nuestro idioma. Es nuestra mejor riqueza y evidentemente nuestra arma más eficaz para captar y retener oyentes. Pero interesa que demos aquí al término idioma toda su dimensión que, desde luego como pienso que estará en la mente de todos ustedes trasciende al puro planteamiento del simple aprendizaje o práctica de una lengua a través de una emisora de radio. Empleo aquí el término idioma como aglutinante de los más amplios aspectos culturales, literarios, artísticos, folclóricos, turísticos, etc. El idioma es, en esta perspectiva, el gran vehículo para transmitir por medio de la palabra la realidad, la esencia y el ser de nuestros respectivos países.

Junto a estos programas que protagoniza nuestro idioma y que ocupan la mayor parte de nuestro tiempo de antena, emitimos espacios en los más

diversos idiomas. Vamos a dejar a un lado lo que de prestigio, carácter testimonial e incluso lo que podríamos calificar de un cierto tipo de obligación, para detenernos en los aspectos puramente radiofónicos de la emisión en idiomas distintos al del país de origen. En este sentido la principal razón de ser de estas emisiones en otros idiomas, sería la ampliación de ese gran altavoz que supone nuestra lengua para llegar a otros países el ser de nuestras naciones. Ampliación que se consigue llevando con esos idiomas a poblaciones y grupos humanos que no conocen el idioma del país emisor. Una segunda utilidad de la emisión de programas en lenguas extranjeras es, sin duda alguna, el servicio de informar a través de la radio y en sus respectivos idiomas a sectores de la sociedad que en países concretos y por circunstancias muy determinadas en el tiempo pueden necesitar esas vías de información.

Mirando hacia el futuro de la radio internacional es cuanto menos mentalmente sano reflexionar sobre un futuro que con las aceleraciones que vive nuestro planeta no es difícil adivinar próximo y plantear la duda del papel que el idioma propio tomado en el amplio sentido que antes apuntábamos y, en un segundo término, los espacios en lenguas extranjeras van a desempeñar en el porvenir de las emisoras internacionales.

Muchas de las intervenciones que hemos escuchado anteriormente hablan de crisis, de problemas de rentabilidad no en términos económicos y de previsibles cambios en nuestras emisoras. A muchos de nosotros nos toca ahora en estos momentos buscar nuevos caminos, hacer una labor prospectiva. Pues bien, aquí están mis dudas y las reflexiones que me gustaría hiciéramos juntos.

Pienso que en ese futuro inmediato, salvo en casos muy concretos, será necesario replantear las emisiones y los contenidos de los programas en

lenguas extranjeras. No se trata de abandonar mercados que están ya ganados, y posiblemente bien ganados, sino de buscar nuevos horizontes en esos programas. Es aquí, donde habría que hacer un gran esfuerzo en los estudios de audiencia, para saber antes de nada lo que esas poblaciones, que reciben nuestra señal en sus propios idiomas, esperan de la emisora que captan y que entienden. Es en este campo donde la competencia entre nosotros es más patente precisamente porque perdemos esa característica de exclusividad que tenemos en nuestro propio idioma.

También en las emisiones en nuestra propia lengua, esas que constituyen nuestro mejor bagaje, es necesario mirar hacia los años que están por venir y analizar las fórmulas para aprovechar al máximo ese potencial que suponen nuestras respectivas culturas, independientemente de las obligaciones institucionales, contractuales o del tipo que sea, que cada una de nuestras emisoras tenga contraídas.

Por lo que a la experiencia de Radio Exterior de España respecta, si puedo hablarles de esta preocupación, arraigada en lo profesionales que han de decidir los caminos a seguir. En los dos últimos años se ha potenciado y ampliado el número de idiomas en los que se emite, precisamente buscando esa nueva utilidad que va más lejos del simple testimonio o de la preocupación por la imagen. En nuestro caso la puesta en antena de programas en las lenguas quechua o guaraní y más recientemente la atención prestada a los países de Europa del Este, responde, al menos en parte, a esas reflexiones que yo hacía anteriormente.

Por lo que a los programas en castellano se refiere, también cambian nuestros planteamientos, con la vista puesta en ese futuro o por mejor decir en esas audiencias futuras que ya se intuyen y que van a demandar esa

presencia cultural de nuestros países expresada por el mejor medio: LA PALABRA.

9.3 RADIO WOJTYLA, CONTRA LA SOLEDAD Y EL MIEDO

- Presentamos un artículo aparecido en EL PAIS, el 12 de diciembre de 1996.

- Me dicen que tengo un picoloro, que doy muchos nombres y cuento muchas historietas. me piden que tenga cuidado.

- Y yo también.

- Y yo también.

- Y yo también-repite una tercera vez que brota de algún punto en las impenetrables tinieblas de Zaire, un verdadero continente perdido. Las voces reclaman cautela para que no se ponga en peligro la seguridad de todos los comunicantes, religiosos en su mayor parte, que recurren a la radio para mantenerse en contacto, lanzar mensajes de emergencia y sacar a la luz noticias que los enterradores y los asesinos de cada bando de los combaten en Zaire y a este lado de la frontera (es decir, en Ruanda) quieren mantener en la sombra. Los trabajos humanitarios se refieren amistosamente a la red misionera como Radio Wojtyla. Es una red de comunicación para la ayuda mutua y la seguridad propia y del prójimo, sin implicación partidista en los bandos combatientes.

- De acuerdo, de acuerdo. Diré Alfa 4 o Alfa 5. Reunión en la casa del embajador, para ponernos de acuerdo.

- Me han dicho que no salgamos porque los que están aquí, que son de

un partido, han prometido que va ser "ciudad muerta" (toda la vida paralizada) y que nadie salga porque romperán todos los coches.

- Todos los que creamos que podemos estar amenazados ni soñar con salir, en casa y rezar.

- Tenéis que ponderar vosotros como está la situación y encomendarnos al santo de hoy, que no me acuerdo quién es, un doctor de la Iglesia que le paró los pies a Atila.

- Estad atentos por si hay que salir. Dejemos diez minutos de silencio por si alguien quiere comunicar con la Embajada de España en Kinshasa.

Alguien pregunta: "¿Cómo están las monjas de la isla? (Ijwi, isla del lago Kivu con 40.000 refugiados en situación desesperada, "interhamwe"-milicias hutus-robándoles la comida y amenazándoles, sin casi alimentos ni medicinas, y dos monjas españolas en peligro).

- La isla está bien. Están bien, pero no tienen medios para salir. Creemos que aquello se va a poner feo y queremos que salga cuanto antes.

Otro comunicante, desde otra emisora en el este de Zaire. reconocemos la voz. Repiquetea sobre el techo de la furgoneta, aparcada en una carretera desierta, pero no demasiado lejos de un puesto de control militar. Los faros iluminan el asfalto empinado y un arcén de hierba reluciente. En la cabina, a oscuras, el número con la frecuencia de la emisora brilla como un SOS en la penumbra. No queda mucho tiempo. El toque de queda empieza dentro de veinte minutos. Habrá que levantar la escucha. Los religiosos intentan entrar en contacto con Casa Grande (la Embajada de España en la capital zaireña)

tres veces todos los días. La noche se espesa sobre el lago Kivu. No hay luna. "Ellos y ellas. Todos han salido. Los tres sacerdotes y las nueve religiosas (son los carmelitas españoles que lograron salir de Goma el pasado sábado). Ha sido una operación organizada desde España".

- Vaya milagros que está haciendo mi patrono San Gabriel.
- Excluyendo a los carmelitas, que ya salieron ¿quiénes quieren salir?.
- Españoles ya no queda ninguno que quiera salir.

Las voces se desvanecen en la oscuridad. La línea de emisoras de HF (High Frequency, alta frecuencia) que emiten en USB (Upper Side Band, la banda de transmisión más alta) de Radio Wojtyła ha vuelto a cumplir su misión. La red se mantiene alerta en la interminable noche zaireña. Contra la soledad y el miedo".

9.4 LA LUCHA DE RADIO B-92"

Ninguna emisora llegó a tener tanta influencia en las revoluciones del 89 en el Este. Desde que comenzaron las protestas diarias contra Slobodan Milosevic en Serbia hace veinte días, Radio B-92 es el principal banderín de enganche de los manifestantes. Una pequeña emisora estudiantil Radio Index, la ha acompañado en su duro viaje.

Desde un piso destartalado en el centro de Belgrado y con 75 personas en plantilla, Radio B-92 lucha desde su nacimiento, en 1989, por contar la verdad que, salvando el único diario independiente del país. Nasa Borba, ningún otro medio de comunicación serbio se atreve a contar.

Para la oposición que se manifiesta desde el día 17 contra la anulación de los resultados en las municipales, la emisora se había convertido en su principal altavoz. Por ello el dictador empezó a interferir la señal y el pasado martes ordenó desconectar su transmisor. "Emitía sin licencia", dijo un portavoz.

"La verdad fue la primera víctima de la guerra y, al parecer, lo está siendo también de la paz", comentó la emisora en un comunicado. Las calles se llenaron de pancartas con mensajes como "Necesitamos a B-92" o "Apaga la TV y enciende tu mente".

La voz de América ofreció un espacio diario de 26 minutos en sus emisiones en serbocroata para una síntesis de los programas y se reparten por la calle.

Por altavoces colocados en los balcones del edificio de la emisora siguen

emitiéndose noticias, crónicas y reportajes a los millares de manifestantes que se agolpan en la calle cada día para escucharlos. Los usuarios de Internet, dentro y fuera de Serbia, pueden seguir leyendo y escuchando las emisiones de B-92.

"No creemos en democracia sin Prensa libre y sin libre acceso a los medios", decía en videoconferencia para toda Europa el 28 de noviembre Hans van der Broek, el comisario para el Este de la Unión Europea. El Instituto Internacional de Prensa (IPI), con sede en Viena, condenó el cierre de las emisoras y exigió su reapertura.

Al final de la Conferencia sobre Bosnia celebrada en Londres, el pasado jueves, el representante Carl Bildt aseguró que el ministro serbio de Exteriores, Milan Milutinovic, le había prometido la reanudación inmediata de las emisiones interrumpidas. Los EEUU llegaron a amenazar con un nuevo embargo a Serbia si no se reanudaban.

A primera hora del jueves, la emisora estudiantil Radio Index, también prohibida, pudo volver a emitir. En un "flash" de agencia desde Belgrado se informaba por la tarde que Radio B-92 también estaba emitiendo de nuevo.

Los defensores de la libertad han ganado una batalla, pero la guerra continua. Milosevic sigue sin reconocer su fraude en las municipales y multiplica sus amenazas contra los manifestantes.

9.5 PLANTEAMIENTO GENERAL Y NORMAS DE ESTILO PARA LA INFORMACIÓN EN RADIO EXTERIOR DE ESPAÑA.

I. PLANTEAMIENTO GENERAL

Radio Exterior de España tiene, como todas las emisoras de radiodifusión exterior, dos condicionantes: 1) la audiencia, 2) el medio transmisor.

1. LA AUDIENCIA.

1.1. La audiencia de REE es heterogénea: son diferentes los oyentes de las emisiones para Europa en español que los oyentes de las emisiones para América en español, que los de las emisiones en lengua árabe, en lengua inglesa o en lengua francesa.

1.2. La forma de elaborar la información y los programas para cada una de estas áreas y, en general, para todas las emisiones de REE, exige una reconversión del periodista, del programador o presentador, acostumbrado quizá a una especie de "taquigrafía mental" propia de la prensa escrita, de Radio 1 o de TVE, según la cual el receptor del mensaje es alguien que conoce perfectamente los entresijos de la actualidad española y que, en consecuencia, no necesita que le aclaren siglas, conceptos o situaciones políticas, sociales o económicas.

1.3. El Redactor, programador... de REE debe, por el contrario, escribir con el pensamiento puesto en un oyente, español o extranjero, de cultura media, del que no se puede esperar más que un conocimiento somero de la España actual.

1.4. Las aclaraciones que el Redactor o guionista de REE incluya en sus trabajos deben ser reiteradas sin descanso, día tras día, ya que, según los estudios técnicos, el mayor número de oyentes de Onda Corta está constituido por los llamados "barredores del dial", que no escuchan la emisión todos los días, sino ocasionalmente, una vez por semana o menos.

2. EL MEDIO TRANSMISOR.

2.1. El medio que transporta la noticia o el programa hasta la audiencia es el segundo condicionante de REE, como de todas las emisoras que se dirigen a países extranjeros.

Las emisiones en Onda Corta se caracterizan por repentinos "fadings" o interferencias que impiden la audición correcta de frases o párrafos.

Los Redactores, guionistas y presentadores de REE deben tener en cuenta estas anomalías, así como la mayor dificultad de intelección inmediata del significado de la noticia para unos oyentes que, por su lejanía o por su nacionalidad, no están al día de los problemas españoles.

2.2. Los expertos indican que, por ejemplo, las noticias, en las emisiones de Onda Corta, exigen tener un minuto de duración, al menos; con el fin de que su significado quede patente sin lugar a dudas y para que, en caso de "fadings" o interferencias momentáneas, no exista confusión sobre los datos fundamentales del hecho noticioso.

Esta exigencia (opuesta a la de los Redactores de Radio 1, por ejemplo, que elaboran en ocasiones noticias de 20 segundos) obliga a un estilo especial de redacción. Los Redactores de REE deben, por ejemplo, no limitarse a incluir

en el primer párrafo de la información los dos o tres datos más importantes de la noticia, sino que, en el segundo y tercer párrafo -además de aportar nuevos datos-, han de volver a introducir hábilmente los contenidos del primer párrafo.

2.3. En consecuencia, y como norma general, las noticias de los espacios informativos de REE deben ser algo más amplias que las que, por ejemplo, se incluyen en los espacios de Radio 1, con el fin de que, además de introducir en ellas los datos más significativos, haya lugar para las explicaciones y reiteraciones necesarias. (Aunque parezca paradójico a primera vista, este estilo confiere a la información un estilo de mayor empaque que el sincopado y telegráfico propio que van destinados al propio país)...

II. SUGERENCIAS SOBRE LA ELABORACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y LOS PROGRAMAS.

1. No debe aludirse a un personaje español por conocido que sea dentro de España sin citar su cargo o profesión. (En general, cuando el título del cargo sea corto, conviene que se coloque antes del nombre; por el contrario, cuando el cargo o su explicación sea largo, es preferible que el nombre aparezca antes).

2. No se debe aludir a una entidad española por sus meras siglas, aunque sean conocidas por el español medio. Las entidades deben ser mencionadas por su nombre completo.

Además, la primera vez que se alude dentro de una información a una de estas identidades, y cuando el contexto lo exija, debe situarse a la organización de que se trate en su entorno, explicando por ejemplo, en el caso de un partido político, su importancia y su tendencia ideológica, si el nombre

del partido no lo explica suficientemente.

Al igual que con las entidades políticas, no conviene citar una sigla institucional (RENFE, INI etc) por familiar que sea al español medio sin la correspondiente explicación.

También debe añadirse la explicación necesaria en el caso de entidades institucionales cuyo título no lleve implícita su función, y aclarar (si no se pueden rehuir) los vocablos no suficientemente autoexplicativos (v.g.: abertzale).

3. Es conveniente, al aludir a un hecho concreto, citar sus raíces y relevancia. Quizás en los programas informativos de Radio 1, por ejemplo, no sea necesario mencionar estos antecedentes, porque son del conocimiento general, pero en el caso de las emisiones de REE es conveniente reseñarlos.

4. Ante las diferencias horarias entre España y algunas de las zonas receptoras de las emisiones de REE (América, el Lejano Oriente, etc..), deben eliminarse los términos que puedan originar confusiones (hoy, mañana, ayer, esta tarde, etc...) y sustituirse por expresiones que obvien el inconveniente (hace unas horas, etc..)

5. Tampoco es aplicable a las emisiones para el exterior la tradicional división entre política "nacional" y la política "extranjera".

Estos términos deben ser sustituidos por expresiones geográficamente más precisas: política española, europea, latinoamericana, etc...

En el mismo sentido, se aconseja no utilizar la expresión "nuestra" (nuestra economía, nuestra cultura, etc...) al referirse a la economía, la cultura, etc..de España. Debe decirse: la economía española, la cultura española, etc...

6. En las emisiones para América, el Redactor, el guionista...de REE debe tener en cuenta la duplicidad de topónimos españoles y latinoamericanos, y al hablar de Lérida, Barcelona, etc..., ha de precisar si se trata de la ciudad española o de la americana.

7. Como norma general, se debe vigilar atentamente la pureza del lenguaje para evitar modismos o barbarismos que, aunque puedan ser tolerables en las emisiones nacionales, no lo son en las emisiones hacia América, donde, en ciertos países, se habla un castellano muy puro. En la misma línea, el Redactor o presentador de REE debe tener especial cuidado en no usar vocablos que, aunque en España carezcan de significado ofensivo u obsceno, lo tienen en cambio en América.

8. Por último, es preciso recordar, una vez más la necesidad de incluir en todos los espacios, con reiterada frecuencia, el indicativo".

Los estudios de audiencia y otros informes muestran que es desoladoramente bajo el porcentaje de oyentes que identifican correctamente la emisora que escuchan, y gran parte del éxito de la labor de REE radica en que el oyente identifique con seguridad el mensaje que recibe con la titularidad del medio que se lo proporciona.

III. SUGERENCIAS PARA LA INFORMACIÓN DE LAS EMISORAS TERRITORIALES DESTINADAS A REE.

1. Si para las emisiones de O.M. (por ejemplo, Radio 1) o en F.M. (por ejemplo, Radio 3) es básica la limpieza del sonido, lo es mucho más para las emisiones de Onda Corta.

Las entrevistas realizadas por teléfono, por ejemplo (que, mal que bien, pueden ser oídas en O.M. y F.M.), son generalmente inaudibles para un oyente de REE. Por ello es necesaria la mayor pulcritud posible en el sonido a fin de evitar la transcripción de las crónicas, lo que supone la pérdida de unos minutos y la inutilización del trabajo del profesional de la Emisora Territorial.

2. Aunque cada vez son más los profesionales de las Emisoras Territoriales que conocen la peculiaridad de la audiencia de REE, es necesario insistir que en la información hay que incluir los datos que clarifican la noticia para los oyentes que no están familiarizados con la vida política, económica, social o cultural española. (Ejs.:D. José Bono debe ser citado en todo momento como presidente de la comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha; Salobreña debe ser citada como una localidad de Granada, en Andalucía; el INI debe ser presentado como el Instituto Nacional de Industria).

Por no incluir los datos necesarios, la Redacción de REE no puede utilizar en muchas ocasiones las crónicas de las Emisoras Territoriales destinadas a Radio-1 y de las que se realizan copias para REE.

3. Aunque resulte aparentemente contradictorio con la sugerencia anterior, la lejanía física y mental de los oyentes de REE respecto a España permite obviar en las noticias algunos detalles que sólo pueden importar a los

oyentes del interior del país.

A un oyente de REE residente en Australia no le importa saber que el Vicepresidente del Gobierno se entrevistó con el Presidente de la Comunidad Autónoma de Andalucía "a las 13,30" y, además le crea confusión debido a la diferencia horaria. Y tampoco le es esencial conocer los nombres de las calles por las que discurrió una manifestación o la relación de los niños heridos en un incendio. Lo que al oyente residente en Australia le interesa es el contenido de la conversación entre los dos políticos, el número de manifestantes o el número de víctimas infantiles en el incendio.

4. Es conveniente que los informadores de las Emisoras Territoriales conozcan las áreas de emisión de REE de cara a conseguir noticias, a realizar entrevistas o a elaborar reportajes.

Un japonés que dé clases de flamenco será noticia para la emisión del Pacífico y una exposición de pintores israelíes lo será para la emisión sefardí, aunque se trate de noticias que carezcan de interés para las emisiones de Radio-1 o de Radio-3.

5. También es necesario que en la Redacción de cada Emisora Territorial se conozca el horario de emisión de los programas informativos de REE. Y que si una emisora Territorial entra en directo en un Diario Hablado de Radio 1, esa información debe ser reflejada previa o posteriormente en una crónica para REE porque el horario de los espacios informativos de Radio-1 no coincide con el de REE.

9.6 AUDIENCIA DE RADIOS NACIONALES E INTERNACIONALES

Trabajo presentado por la UER en Viena el 26 de enero de 1996

RADIO DATA - AUSTRIA

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 3, 058

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 10+): 6,971

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ²⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Ö2 - family and regional programme		40,7	84	49	15,9	10,4
Ö3 - news, pop music, sports	P	36,3	66	38	12,1	7,8
Ö1 - serious music, literature, science	P	5,2	6	4	1,9	0,7
Blue Danube Radio - programme in E + F	P	3,2	4	3	0,7	0,5
Bayern 1-5 - public from Germany	P	1,4	2	1	0,3	0,2
	C	1,0	2	1	0,3	0,2
	C	0,9	2	1	0,3	0,2
RMI/Maribor - commercial from Slovenia	C	0,4	1	0	0,1	0,1
DRS 1-3 - public from Switzerland	P	0,1	0	0	0,0	0,0
SWF 1-3 - public from Germany	P	0,1	0	0	0,0	0,0
Radio Lindau - commercial from Germany	C	0,3	0	0	0,1	0,1
Radio Tirol - commercial from Italy	C	0,1	0	0	0,0	0,0
Radio Untersberg - commercial from Germany	C	0,1	0	0	0,0	0,0
Radio Alpe Adria - commercial from Italy	C	0,0	0	0	0,0	0,0
Radio Freies Europa	P	0,1	0	0	0,0	0,0
Radio CD - commercial from Slovakia	C	1,6	3	2	0,4	0,3
Domestic Public Radio (national figures)	P	74,5	149	93	30,0	19,3
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	-	-	-	-	-
Foreign Radio (national figures)	P/C	7,4	12	7	1,8	1,4
Radio total/Any Radio	P/C	78,0	160	100	31,1	20,5

Age basis	-	10+	10+	10+	10+	10+
Reference Period	-	January - June 1995				

(c) GEAR 1995

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

2) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - BELGIUM/NL

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 2,3

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 12+): 5,03

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C 1)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) 2)	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Radio 2 - family, regional programme	P	45,0	99	50,9	27,7	12,6
Radio Donna - easy listening	P	17,6	36	17,9	8,5	4,4
Radio 1 - information	P	19,0	22	10,9	9,0	2,6
Studio Brussel - popular music	P	10,1	15	7,2	4,6	1,7
Radio 3 - serious music	P	3,8	5	2,5	1,9	0,6
Non-public radio	C	9,4	16	8,3	4,2	1,9
Others	P/C	2,8	4	2,3	1,4	0,5
Domestic Public Radio (national figures)	P	75,8	177	89,4	N/A	N/A
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Foreign Radio (national figures)	P/C	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Radio total/Any Radio	P/C	78,4	197	100	39,3	24,3

Age basis	-	12+	12+	12+	12+	12+
Reference Period	-	January - June 1995				

(c) GEAR 1995

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

2) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - CANADA

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 10,3

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 12+): 25,1

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ²⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
CBC English AM + FM	P	9,0	-	-	-	-
Radio Canada (SRC) French AM + FM	P	2,0	-	-	-	-
<u>English Radio</u>						
Private English AM + FM	C	-	-	86	-	-
CBC AM + FM	P	-	-	10	-	-
U.S. stations	P/C	-	-	4	-	-
<u>French Radio</u>						
Private French AM + FM	C	-	-	93	-	-
SRC AM + FM	P	-	-	7	-	-
Domestic Public Radio (national figures)	P	-	-	-	-	-
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	-	-	-	-	-
Foreign Radio (national figures)	P/C	-	-	-	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	84	238	-	33	-

Age basis	-	12+	12+	12+	12+	
Reference Period	-	Fall 1994				

(c) GEAR 1995

¹⁾ P = Public Radio, C = Commercial Radio

²⁾ Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - GERMAN PART OF SWITZERLAND

(Ranked by Minutes of Daily Listening)

Radio-Households (in millions): 2,085

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 15+): 4,15

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ²⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
DRS 1 - information oriented	P	42,5	78	37,7	-	-
DRS 3 - pop music, news	P	11,6	20	9,7	-	-
Radio 24	C	5,3	11	N/A	-	-
Radio Z	C	3,5	7	N/A	-	-
Radio Argovia	C	2,8	7	N/A	-	-
DRS 2 - serious music, literature	P	2,8	3	1,2	-	-
Radio Regenbogen (from Germany)	C	2,2	4	N/A	-	-
SWF 3 (from Germany)	P	2,1	4	N/A	-	-
Radio Berner Oberland	C	2,0	4	N/A	-	-
Radio ExtraBERN	C	1,8	5	N/A	-	-
Radio Rottu	C	1,5	5	N/A	-	-
Radio Sunshine	C	1,5	3	N/A	-	-
Radio Eviva	C	1,4	3	N/A	-	-
Radio Basilisk	C	1,4	2	N/A	-	-
Domestic Public Radio (national figures)	P	50,4	106	50,6	-	-
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	32,2	75	N/A	-	-
Foreign Radio (national figures)	P/C	11,5	25	N/A	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	80,7	206	100,0	-	-

Age basis	-	15+	15+	15+	-	-
Reference Period	-	January - June 1995			-	-

(c) GEAR 1995

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

2) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - FRENCH PART OF SWITZERLAND

(Ranked by Minutes of Daily Listening)

Radio-Households (in millions): 0,697

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 15+): 1,327

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %))	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
La Première - information oriented	P	31,0	44	38,1	-	-
Couleur 3 - rock music	P	6,9	9	8,0	-	-
Radio NRJ (from France)	C	4,2	5	N/A	-	-
RTN 2001	C	2,8	5	N/A	-	-
Radio Frequence Jura	C	2,7	5	N/A	-	-
Thollon La Radio Plus (from France)	C	2,7	4	N/A	-	-
Radio France (from France)	P	2,7	2	N/A	-	-
Espace 2 - serious music, literature	P	2,4	2	2,5	-	-
Radio Lac	C	2,3	3	N/A	-	-
Radio Rhone	C	2,1	2	N/A	-	-
Europe 2 (from France)	C	1,9	2	N/A	-	-
Radio Nostalgie (from France)	C	1,8	3	N/A	-	-
Radio Chablais	C	1,7	3	N/A	-	-
Radio Framboise	C	1,6	3	N/A	-	-
Domestic Public Radio (national figures)	P	40,6	62	52,6	-	-
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	16,7	26	21,5	-	-
Foreign Radio (national figures)	P/C	21,3	30	26,0	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	65,9	118	100,0	-	-

Age basis	-	15+	15+	15+	-	-
Reference Period	-	January - June 1995			-	-

(c) GEAR 1995

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

2) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - ITALIAN PART OF SWITZERLAND

(Ranked by Minutes of Daily Listening)

Radio-Households (in millions): 0,129

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 15+): 0,26

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C '1)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) 2)	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Rete 1 - information oriented	P	48,7	84	51,3	-	-
Rete 3 - pop music, news	P	8,7	14	8,9	-	-
Rete 2 - serious music, literature	P	0,9	2	1,2	-	-
Domestic Public Radio (national figures)	P	57,4	110	67,6	-	-
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	7,5	17	10,3	-	-
Foreign Radio (national figures)	P/C	17,9	36	22,2	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	72,1	163	100,0	-	-

Age basis	-	15+	15+	15+	-	-
Reference Period	-	January - June 1995			-	-

(c) GEAR 1995

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

2) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - CZECH REPUBLIC

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 2,9

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 7,5

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ²)	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Commercial Local & Regional (55 stations)	C	32	70	42,9	10,7	8,2
CRo 1 - RADIOZURNÁL - news, current affairs, pop music	P	17	27	16,5	4,2	3,3
Frekvence 1 - general	C	13	23	14,1	3,8	2,8
CRo 2 - PRAHA - general	P	10	18	11,0	3,0	2,1
CRo Regional (8 stations)	P	6	9	5,6	1,9	1,2
Radio Alfa - general	C	5	8	4,9	1,3	1,0
Radio Echo - general	C	2	4	2,5	0,8	0,5
CRo 3 - VLATAVA - cultural	P	1	1	0,6	0,3	0,2
Domestic Public Radio (national figures)	P	30	55	33,7	9,4	6,8
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	74	105	64,4	15,3	12,4
Foreign Radio (national figures)	P/C	2	3	1,8	0,4	0,3
Radio total/Any Radio	P/C	69	163	100,0	25,1	19,5

Age basis	-	14-79	14-79	14-79	14-79	14-79
Reference Period	-	January - June 1995				

(c) GEAR 1995

¹) P = Public Radio, C = Commercial Radio

²) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

TELEVISION DATA - CZECH REPUBLIC

(Ranked by 24Hrs. Share)

TV-Households (in millions): 3,759

Adults in TV-Households (in millions, age basis 14-79): 8,163

1. Cable-Households (in % of TV-Households): 11
 2. Households with Private Satellite Dish (in % of TV-Households): 11
 3. Satellite Master Antenna Households (in % of TV-Households): 7
 4. Multi-Channel-Homes (=1+2+3): 29

Name of TV-Channel	P or C ¹⁾	National Data						Multi-Channel-HH 24 Hrs. Share (in %) ³⁾
		Coverage (in % of TV-HH)	Min. of Daily Viewing	24 Hrs. Share (in %)	Prime Time Share (in %)*	Max. 1/4 hr. (in %) ²⁾	Max. 1/4 hr. (in 1000) ²⁾	
NOVA	C	98,1	139	70,2	69,9	48,2	3.934	N/A
CT 1	P	96,5	45	22,3	23,1	18,2	1.486	N/A
CT 2	P	78,0	6	2,9	2,7	2,1	171	N/A
Premiera TV	C	35,0	3	1,5	1,5	1,3	106	N/A
Others	P/C	-	5	3,1	2,8	2,5	204	N/A
All Domestic Public TV	P	96,5	51	25,2	26	20,3	1.657	N/A
All Domestic Comm. TV	C	98,1	N/A	72,7	72,2	50,4	4.114	N/A
All Foreign terrestrial TV	P/C	N/A	N/A	0,8	0,9	0,7	57	N/A
All Foreign satellite TV	P/C	29,0	N/A	1,3	1,1	0,9	73	N/A
TV total/Any TV	P/C	96,5	198	100,0	100,0	-	-	N/A

Age basis	-	-	14-79	14-79	14-79	14-79	14-79	-
Reference Period	-	January - June 1995						

(c) GEAR 1995

¹⁾ P = Public TV, C = Commercial TV²⁾ Maximum average rating per quarter hour (in % or in 1000)³⁾ To be filled in if there is a big difference between the number of TV-HH and the number of Multi-Channel-HH

RADIO DATA - GERMANY

(Ranked by 19Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 33,14

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 62,97

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	19 Hrs. National Share ²⁾ (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
WDR 4 - easy listening, German folk music	P	6,6	11	6,3	-	-
NDR 1 - regional programme, magazines, German folk music, soft pop	P	6,7	9	5,2	-	-
MDR 1 - regional programme, magazines, German folk music, soft pop	P	5,1	9	5,2	-	-
Radio NRW - middle of the road, frame- programme for local channels in Nordrhein- westfalen	C	6,1	9	5,2	-	-
B 1 (Bayern 1) - regional programme, magazines, German folk music, soft pop	P	4,3	7	4,0	-	-
NDR 2 - magazines, soft pop	P	3,9	6	3,4	-	-
SWF 3 - music for young people (mainly pop), short news	P	3,9	6	3,4	-	-
WDR 2 - magazines, soft pop	P	4,8	6	3,4	-	-
Antenne Bayern - pop, rock	C	4,0	6	3,4	-	-
MDR Life - pop music (only about 20% of broadcasting time is devoted to speech)	P	2,5	4	2,3	-	-
B 3 (Bayern 3) - pop music (only about 20% of broadcasting time is devoted to speech)	P	3,4	4	2,3	-	-
FFH - pop, rock	C	2,2	4	2,3	-	-
SWF 1 - regional programme, magazines, German folk music, soft pop	P	1,8	3	1,7	-	-
FFN - pop, rock	C	2,2	3	1,7	-	-
SDR 1 - regional programme, magazines, German folk music, soft pop	P	2,0	3	1,7	-	-
Domestic Public Radio (national figures)	P	56,4	104	59,8	-	-
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	38,4	71	40,8	-	-
Foreign Radio (national figures)	P/C	0,6	1	0,6	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	82,1	174	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	-	-
Reference Period	-	MA 1995, Mo-Fr, 5.00-24.00 (1st wave: 21.8-26.11.94, 2nd wave: 6.11.94- 18.2.95)			-	-

(c) GEAR 1995

¹⁾ P = Public Radio, C = Commercial Radio

²⁾ 5.00-24.00

RADIO DATA - GERMANY

(Regional Data)

Broadcasting Area of NDR (Hamburg, Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern)

Radio-Households (in millions): 5,83

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 11,03

Name of Radio Channel	P or C ¹⁾	Daily Regional Reach (in %)	Min. of Daily Listening	19 Hrs. Regional Share ²⁾ (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
NDR 1	P	33,0	69	34,8	-	-
NDR 2	P	18,9	31	15,7	-	-
Radio FFN	C	10,4	17	8,6	-	-
Antenne Das Radio	C	7,6	14	7,1	-	-
RSH (Radio Schleswig-Holstein)	C	6,6	14	7,1	-	-
Domestic Public Radio (regional figures)	P	61,2	125	63,1	-	-
Domestic Commercial Radio (regional figures)	C	36,7	73	36,9	-	-
Foreign Radio (regional figures)	P/C	0,4	1	0,5	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	84,9	198	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	-	-
Reference Period	-	MA 1995, Mo-Fr, 5.00-24.00 (1st wave: 21.8-26.11.94, 2nd wave: 6.11.94-18.2.95)			-	-

(c) GEAR 1995

BREMEN

Radio-Households (in millions): 0,31

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 0,53

Name of Radio Channel	P or C ¹⁾	Daily Regional Reach (in %)	Min. of Daily Listening	19 Hrs. Regional Share ²⁾ (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
RB 1	P	32,1	48	27,7	-	-
NDR 1	P	18,9	40	23,1	-	-
RB 4	P	15,1	29	16,8	-	-
Radio FFN	C	11,5	16	9,2	-	-
NDR 2	P	8,9	11	6,4	-	-
Domestic Public Radio (regional figures)	P	69,3	138	79,8	-	-
Domestic Commercial Radio (regional figures)	C	21,8	35	20,2	-	-
Foreign Radio (regional figures)	P/C	0,5	1	0,6	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	80,6	173	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	-	-
Reference Period	-	MA 1995, Mo-Fr, 5.00-24.00 (1st wave: 21.8-26.11.94, 2nd wave: 6.11.94-18.2.95)			-	-

(c) GEAR 1995

¹⁾ P = Public Radio, C = Commercial Radio²⁾ 5.00-24.00

RADIO DATA - GERMANY

(Regional Data)

NORDRHEIN-WESTFALEN

Radio-Households (in millions): 7,14

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 13,52

Name of Radio Channel	P or C)	Daily Regional Reach (in %)	Min. of Daily Listening	19 Hrs. Regional Share ²⁾ (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
WDR 4	P	30,0	50	32,5	-	-
Radio NRW	C	28,0	42	27,3	-	-
WDR 2	P	21,7	28	18,2	-	-
Radio Rhein-Ruhr	C	4,7	7	4,5	-	-
SWF 3	P	3,8	5	3,2	-	-
Domestic Public Radio (regional figures)	P	59,0	102	66,2	-	-
Domestic Commercial Radio (regional figures)	C	32,9	52	33,8	-	-
Foreign Radio (regional figures)	P/C	0,8	1	0,6	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	79,3	154	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	-	-
Reference Period	-	MA 1995, Mo-Fr, 5.00-24.00 (1st wave: 21.8-26.11.94, 2nd wave: 6.11.94- 18.2.95)			-	-

(c) GEAR 1995

HESSEN

Radio-Households (in millions): 2,35

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 4,49

Name of Radio Channel	P or C)	Daily Regional Reach (in %)	Min. of Daily Listening	19 Hrs. Regional Share ²⁾ (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Radio FFH	C	27,0	49	33,3	-	-
HR 4	P	17,8	30	20,4	-	-
HR 3	P	22,5	29	19,7	-	-
HR 1	P	10,3	11	7,5	-	-
SWF 3	P	2,0	3	2,0	-	-
Domestic Public Radio (regional figures)	P	52,2	86	58,5	-	-
Domestic Commercial Radio (regional figures)	C	32,5	62	42,2	-	-
Foreign Radio (regional figures)	P/C	0,9	1	0,7	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	74,6	147	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	-	-
Reference Period	-	MA 1995, Mo-Fr, 5.00-24.00 (1st wave: 21.8-26.11.94, 2nd wave: 6.11.94- 18.2.95)			-	-

(c) GEAR 1995

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

2) 5.00-24.00

RADIO DATA - GERMANY

(Regional Data)

BADEN-WÜRTTEMBERG

Radio-Households (in millions): 3,99

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 7,54

Name of Radio Channel	P or C)	Daily Regional Reach (in %)	Min. of Daily Listening	19 Hrs. Regional Share ²⁾ (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
S 4 Baden-Württemberg	P	14,9	27	16,5	-	-
SDR 1	P	15,4	24	14,6	-	-
SWF 3	P	14,7	23	14,0	-	-
SDR 3	P	12,1	18	11,0	-	-
SWF 1	P	8,7	12	7,3	-	-
Domestic Public Radio (regional figures)	P	60,6	114	69,5	-	-
Domestic Commercial Radio (regional figures)	C	28,3	49	29,9	-	-
Foreign Radio (regional figures)	P/C	1,6	2	1,2	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	79,6	164	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	-	-
Reference Period	-	MA 1995, Mo-Fr, 5.00-24.00 (1st wave: 21.8-26.11.94, 2nd wave: 6.11.94- 18.2.95)			-	-

(c) GEAR 1995

Broadcasting Area of SDR

Radio-Households (in millions): 2,38

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 4,47

Name of Radio Channel	P or C)	Daily Regional Reach (in %)	Min. of Daily Listening	19 Hrs. Regional Share ²⁾ (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
SDR 1	P	22,3	35	21,1	-	-
SDR 3	P	18,4	28	16,9	-	-
S 4 Baden-Württemberg	P	14,5	26	15,7	-	-
SWF 3	P	8,5	11	6,6	-	-
SWF 1	P	5,2	7	4,2	-	-
Domestic Public Radio (regional figures)	P	61,9	116	69,9	-	-
Domestic Commercial Radio (regional figures)	C	28,5	49	29,5	-	-
Foreign Radio (regional figures)	P/C	1,0	2	1,2	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	80,6	166	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	-	-
Reference Period	-	MA 1995, Mo-Fr, 5.00-24.00 (1st wave: 21.8-26.11.94, 2nd wave: 6.11.94- 18.2.95)			-	-

(c) GEAR 1995

¹⁾ P = Public Radio, C = Commercial Radio²⁾ 5.00-24.00

RADIO DATA - GERMANY

(Regional Data)

Broadcasting Area of SDR

Radio-Households (in millions): 2,450

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 4,461

Name of Radio Channel	P or C)	Daily Regional Reach (in %)	Min. of Daily Listening	19 Hrs. Regional Share ²⁾ (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
SDR 1	P	26,9	44	27,3	-	-
SDR 3	P	13,8	21	13,0	-	-
S 4 Baden-Württemberg	P	10,6	18	11,2	-	-
SWF 3	P	8,9	11	6,8	-	-
SWF 1	P	5,6	8	5,0	-	-
Domestic Public Radio (regional figures)	P	59,5	110	68,3	-	-
Domestic Commercial Radio (regional figures)	C	31,2	51	31,7	-	-
Foreign Radio (regional figures)	P/C	0,4	0	0	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	81,4	161	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	-	-
Reference Period	-	MA 1994 (1st wave: 5.9.93-20.11.93, 2nd wave: 7.11.93-19.2.94)			-	-

(c) GEAR 1994

SAARLAND

Radio-Households (in millions): 0,478

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 0,875

Name of Radio Channel	P or C)	Daily Regional Reach (in %)	Min. of Daily Listening	19 Hrs. Regional Share ²⁾ (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
SR 3	P	31,9	56	35,7	-	-
Radio Saü	C	28,1	41	26,1	-	-
SR 1	P	23,3	31	19,7	-	-
RTL - The Oldie Channel	C	7,2	11	7,0	-	-
SWF 3	P	3,5	8	4,5	-	-
Domestic Public Radio (regional figures)	P	56,9	99	63,1	-	-
Domestic Commercial Radio (regional figures)	C	35,1	57	36,3	-	-
Foreign Radio (regional figures)	P/C	0,8	2	1,3	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	82,0	157	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	-	-
Reference Period	-	MA 1994 (1st wave: 5.9.93-20.11.93, 2nd wave: 7.11.93-19.2.94)			-	-

(c) GEAR 1994

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

2) 5.00-24.00

3) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - GERMANY

(Regional Data)

SAARLAND

Radio-Households (in millions): 0,47

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 0,87

Name of Radio Channel	P or C ¹⁾	Daily Regional Reach (in %)	Min. of Daily Listening	19 Hrs. Regional Share ²⁾ (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
SR 3	P	28,7	52	31,5	-	-
Radio Salü	C	31,7	48	29,1	-	-
SR 1	P	23,1	38	23,0	-	-
RTL - The Oldie Channel	C	4,8	7	4,2	-	-
SWF 3	P	4,4	4	2,4	-	-
Domestic Public Radio (regional figures)	P	53,8	99	60,0	-	-
Domestic Commercial Radio (regional figures)	C	37,6	66	40,0	-	-
Foreign Radio (regional figures)	P/C	0,4	1	0,6	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	80,2	165	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	-	-
Reference Period	-	MA 1995, Mo-Fr, 5.00-24.00 (1st wave: 21.8-26.11.94, 2nd wave: 6.11.94-18.2.95)			-	-

(c) GEAR 1995

BAYERN

Radio-Households (in millions): 4,61

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 9,04

Name of Radio Channel	P or C ¹⁾	Daily Regional Reach (in %)	Min. of Daily Listening	19 Hrs. Regional Share ²⁾ (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
B 1	P	26,2	45	25,0	-	-
Antenne Bayern	C	25,4	42	23,3	-	-
B 3	P	20,1	27	15,0	-	-
B 2 Wort	P	3,4	4	2,2	-	-
B 5 Aktuell	P	3,1	2	1,1	-	-
Domestic Public Radio (regional figures)	P	49,2	86	47,8	-	-
Domestic Commercial Radio (regional figures)	C	47,2	94	52,2	-	-
Foreign Radio (regional figures)	P/C	0,5	0	0	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	83,4	180	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	-	-
Reference Period	-	MA 1995, Mo-Fr, 5.00-24.00 (1st wave: 21.8-26.11.94, 2nd wave: 6.11.94-18.2.95)			-	-

(c) GEAR 1995

¹⁾ P = Public Radio, C = Commercial Radio

RADIO DATA - GERMANY

(Regional Data)

BERLIN

Radio-Households (in millions): 1,63

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 2,64

Name of Radio Channel	P or C)	Daily Regional Reach (in %)	Min. of Daily Listening	19 Hrs. Regional Share ²⁾ (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Hundert, 6	C	21,8	29	17,4	-	-
104,6 RTL Berlin	C	15,4	24	14,4	-	-
Berliner Rundfunk	C	13,8	24	14,4	-	-
Berlin 88,8	P	11,4	16	9,6	-	-
r.s. 2 at 94,3 MHz	C	9,0	15	9,0	-	-
Energy 103,4	C	8,6	11	6,6	-	-
Domestic Public Radio (regional figures)	P	31,1	47	28,1	-	-
Domestic Commercial Radio (regional figures)	C	65,5	120	71,9	-	-
Foreign Radio (regional figures)	P/C	0,4	1	0,6	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	85,0	167	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	-	-
Reference Period	-	MA 1995, Mo-Fr, 5.00-24.00 (1st wave: 21.8-26.11.94, 2nd wave: 6.11.94- 18.2.95)			-	-

(c) GEAR 1995

Broadcasting Area of MDR (Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen)

Radio-Households (in millions): 4,22

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 8,20

Name of Radio Channel	P or C)	Daily Regional Reach (in %)	Min. of Daily Listening	19 Hrs. Regional Share ²⁾ (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
MDR 1	P	37,1	67	34,2	-	-
MDR Life	P	18,9	29	14,8	-	-
Radio PSR	C	11,7	17	8,7	-	-
Radio SAW	C	7,2	15	7,7	-	-
Radio Brocken	C	8,1	14	7,1	-	-
Domestic Public Radio (regional figures)	P	63,2	123	62,8	-	-
Domestic Commercial Radio (regional figures)	C	41,0	74	37,8	-	-
Foreign Radio (regional figures)	P/C	0,3	0	0	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	87,4	196	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	-	-
Reference Period	-	MA 1995, Mo-Fr, 5.00-24.00 (1st wave: 21.8-26.11.94, 2nd wave: 6.11.94- 18.2.95)			-	-

(c) GEAR 1995

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

RADIO DATA - GERMANY

(Regional Data)

BRANDENBURG

Radio-Households (in millions): 1,04

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 2,06

Name of Radio Channel	P or C)	Daily Regional Reach (in %)	Min. of Daily Listening	19 Hrs. Regional Share ²⁾ (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Antenne Brandenburg	P	35,9	62	28,7	-	-
Berliner Rundfunk	C	13,9	26	12,0	-	-
104,6 RTL Berlin	C	8,6	18	8,3	-	-
Hundert, 6	C	9,5	13	6,0	-	-
r.s. 2 at 94,3 MHz	C	6,3	13	6,0	-	-
Domestic Public Radio (regional figures)	P	55,1	107	49,5	-	-
Domestic Commercial Radio (regional figures)	C	49,1	109	50,5	-	-
Foreign Radio (regional figures)	P/C	0,3	1	0,5	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	87,8	216	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	-	-
Reference Period	-	MA 1995, Mo-Fr, 5.00-24.00 (1st wave: 21.8-26.11.94, 2nd wave: 6.11.94- 18.2.95)			-	-

(c) GEAR 1995

RHEINLAND-PFALZ

Radio-Households (in millions): 1,56

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 3,05

Name of Radio Channel	P or C)	Daily Regional Reach (in %)	Min. of Daily Listening	19 Hrs. Regional Share ²⁾ (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
RPR 1	C	21,9	35	22,6	-	-
SWF 3	P	20,7	30	19,4	-	-
RPR 2	C	14,6	27	17,4	-	-
SWF 1	P	11,2	16	10,3	-	-
SWF 4	P	9,6	14	9,0	-	-
Domestic Public Radio (regional figures)	P	46,8	77	49,7	-	-
Domestic Commercial Radio (regional figures)	C	42,7	78	50,3	-	-
Foreign Radio (regional figures)	P/C	0,3	0	0	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	78,2	155	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	-	-
Reference Period	-	MA 1995, Mo-Fr, 5.00-24.00 (1st wave: 21.8-26.11.94, 2nd wave: 6.11.94- 18.2.95)			-	-

(c) GEAR 1995

) P = Public Radio, C = Commercial Radio

RADIO DATA - Spain

(Ranked by 24 Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 11'3

Adults in Radio-Households (in millions, age basis +14) : 32'3

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C 1)	Daily National Reach (in%)	Min.of 1/4 hr. Listening	24 Hrs. National Share (in%)	Max. 1/4 hr. (in %) 2)	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,0 (in %)
SER - Magazine, family programmes	C	12.09	16'	14.4	3.86	
COPE - Magazine, family programmes	C	10.80	16'	14.4	3.11	
CADENA 40 - Pop Music for Young people	C	8.39	10'	9.0	1.73	
ONDA CERO r. - Magazine, etc.	C	8.23	14'	12.6	3.64	
RADIO-1 - News, current affairs, etc.	P	6.40	9'	8.1	1.45	
DIAL - Folk music from Spain	C	4.89	8'	7.2	1.99	
RADIO 5 - All news	P	2.45	3'	2.7	0.52	
CADENA 100 - Pop music	C	2.77	3'	2.7	0.63	
M80 - Pop music for adults	C	1.63	2'	1.8	0.40	
ONDA CERO m. - Pop music	C	8.23	14'	12.6	3.64	
RADIO 3 - Pop music	P	0.81	1'	0.9	0.19	
RAD. OLÉ - Folk music from Spain	C	1.04	2'	1.8	0.50	
RAD. 2 CLASICA - Classical music	P	0.51	1'	0.9	0.16	
RADIO VOZ - Magazine, etc..	C	0.45	1'	0.9	0.15	
RADIO SINFO - Classical music	C	0.30	0'	0.0	0.06	
TOP RADIO - Pop Music	C	1.22	1'	0.9	0.28	
Domestic Public Radio (national figures)	P	N/A	N/A	N/A	N/A	
Domestic Commercial Raio (nat. figures)	C	N/A	N/A	N/A	N/A	
Foreign Radio (national figures)	P/C	N/A	N/A	N/A	N/A	
Radio total/Any Radio	P/C	59.5	111	100	19.7	

Age Basis (e.g. 10+, 14+)	-	14+	14+	14+	14+	
Reference Period	-	MAY-JUNE 1995 Monday to Friday				

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

RADIO DATA - ESTONIA

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 0,513

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 12+): Estonians: 0,818; Russians: 0,446

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C '1)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) '2)	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
<u>Estonians:</u>						
Raadio 2 - news, music	P	48,0	115	46	20,9	-
Vikerraadio (ER 1) - news, family & children programmes, sports	P	33,8	71	28	16,5	-
Raadio 4 - in Russian	P	1,3	2	1	-	-
Raadio 3 - stereo music	P	1,2	1	0	-	-
Domestic Public Radio (national figures)	P	-	189	75	-	-
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	27,6	72	25	11,1	-
Foreign Radio (national figures)	P/C	-	-	-	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	-	261	100	-	-

<u>Russians:</u>						
Raadio 4 - in Russian	P	43,3	83	50	17,1	-
Raadio 2 - news, music	P	7,1	13	8	2,5	-
Vikerraadio (ER 1) - news, family & children programmes, sports	P	4,0	6	4	1,7	-
Raadio 3 - stereo music	P	0,6	1	0	-	-
Domestic Public Radio (national figures)	P	-	103	62	-	-
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	19,9	72	38	7,3	-
Foreign Radio (national figures)	P/C	-	-	-	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	-	175	100	-	-

Age basis	-	12+	12+	12+	12+	-
Reference Period	-	10.05 - 06.06.1995				

(c) GEAR 1995

'1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

'2) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - FINLAND

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 2,1

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 9+): 4,5

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ²⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
YLE R3 - news, regional windows	P	47	110	49	18	-
YLE R2 - popular culture	P	23	31	14	8	-
YLE R1 - culture, classical music	P	14	16	7	6	-
YLE R4 - Swedish language channel (coverage: about 82% of Finland's population)	P	2	3	1	-	-
Domestic Public Radio (national figures)	P	70	161	71	26	-
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	38	66	29	12	-
Foreign Radio (national figures)	P/C	-	-	-	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	86	226	100	36	-

Age basis	-	9+	9+	9+	9+	-
Reference Period	-	January - April 1995				

(c) GEAR 1995

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

2) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - FRANCE

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 22,2

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 15+): 46,1

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C ' ¹⁾	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ²⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
RTL - general interest	C	18,0	29	19,0	-	-
France Inter - general interest	P	12,0	16	10,7	4,1	1,9
EUROPE 1 - general interest	C	9,8	12	7,4	-	-
N.R.J. - music for young people	C	10,4	11	6,9	-	-
France Info - news	P	9,7	8	4,8	1,8	0,8
RMC - general interest	C	3,8	5	3,1	-	-
France Musique - serious music	P	1,6	-	1,1	-	-
Radio Bleue (middle waves) - for the age group 50+	P	0,9	-	0,9	-	-
France Culture - cultural channel	P	0,8	-	0,6	-	-
Local Radio	P	5,8	8	5,1	-	-
Domestic Public Radio (national figures)	P	86,2	36	23,2	8,1	4,1
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	60,9	107	76,4	18,5	12,3
Foreign Radio (national figures)	P/C	0,4	1	0,4	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	79,1	154	100	27,1	17,6

Age basis	-	15+	15+	15+	15+	15+
Reference Period	-	January - June 1995				

(c) GEAR 1995

¹⁾ P = Public Radio, C = Commercial Radio²⁾ Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - GREECE

Radio-Households (in millions): 3,5

Adults in Radio-Households in Athens, Salonika, and other urban areas (in millions, age basis 14-65): 7,2

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %) ²⁾			Min. of Daily Listening/ Listener National
		Athens	Salonika	Urban	
ERA 1 - quality music, magazines, news, cultural mixed programme	P	0,5	*	0,7	108
ERA 2 - general interest, mixed music, magazines, news, etc.	P	0,7	*	1,4	132
ERA 3 - classical music	P	0,5	*	*	-
ERA Sport - sports programmes	P	1,2	*	0,9	120
ERT in Northern Greece (regional) - magazines, news, cultural mixed programme	P	-	1,4	-	198
ANTENNA - music, magazines, news	C	7,3	4,9	-	150
SKY - news, magazines, discussions	C	13,2	2,5	-	156
Domestic Public Radio (national figures)	P	-	-	-	-
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	-	-	-	-
Foreign Radio (national figures)	P/C	-	-	-	-
Radio total/Any Radio	P/C		53		120

Age basis	-	13-30	13-30	13-30	13-30
Reference Period	-	09.01 - 09.07.1995			

(c) GEAR 1995

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

2) Average of at least 30 minutes of daily listening

RADIO DATA - HUNGARY

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 3,89

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 8,54

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ²⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
MR Kossuth - news, current affairs, culture, children	P	38,0	48,7	30,1	-	11,6
MR Petöfi - family programmes	P	28,4	36,9	21,5	-	12,5
MR Danubius - pop music, service programmes	P	17,0	36,8	20,2	-	11,7
Juventus	C	9,5	26,6	14,5	-	8,8
Calypso - light music, entertainment	C	3,4	8,4	4,6	-	3,2
MR Bartók - classical music, culture	P	1,1	1,0	0,6	-	0,3
Radio Bridge	C	0,5	0,7	0,4	-	0,1
Others	C	7,2	14,7	7,7	-	12,5
Domestic Public Radio (national figures)	P	69,3	86,6	52,2	-	24,6
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	52,0	87,2	47,8	-	-
Foreign Radio (national figures)	P/C	-	-	-	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	78,0	173,8	100	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	14+	14+
Reference Period	-	January - June 1995				

(c) GEAR 1995

¹⁾ P = Public Radio, C = Commercial Radio²⁾ Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - ISRAEL

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 1,3

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 12+): 3,4

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %) ²⁾	Min. of Daily Listening ²⁾	24 Hrs. National Share (in %) ²⁾	Max. 1/2 hr. (in %) ²⁾⁺³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Channel B - news, current affairs, variety	P	19,0	39	26,0	8,4	N/A
Channel C - pop music, Israeli songs	P	17,3	31	21,2	5,7	N/A
Galei Tshal - the army channel, variety	P	16,1	26	17,7	5,1	N/A
Galgalats - army channel for drivers	P	8,8	16	11,3	2,8	N/A
Kol Haderech - music and information for drivers	P	1,7	4	2,7	1,1	N/A
Voice of Music - classical music	P	2,2	4	2,5	0,7	N/A
Channel A - literature, science, public service	P	2,0	3	1,7	0,7	N/A
Other	C	12,4	25	17,1	3,6	N/A
Channel D - Arabic channel*)	P	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Channel E - overseas broadcast*)	P	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Reka - Russian & Ethiopian language programme for new immigrants*)	P	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Domestic Public Radio (national figures)	P	57,5	123	82,9	N/A	N/A
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	N/A	25	17,1	N/A	N/A
Foreign Radio (national figures)	P/C	-	-	-	-	N/A
Radio total/Any Radio	P/C	N/A	148	100,0	25,0	N/A

Age basis	-	12+	12+	12+	12+	-
Reference Period	-	January - June 1995				-

(c) GEAR 1995

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

2) Data are collected only for the periods 6.30 to 8.00 a.m. and 15.30 p.m. to 5.00 a.m. every day

3) Maximum average national rating per half hour (in%)

*) Is not included in the continuous radio survey; therefore, it is not taken into account in the calculation of the shares.

RADIO DATA - ITALY

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 20,3

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 11+): 50,5

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening/ Listener	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ²⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
RADIOUNO - news, information	P	16,3	69	10,0	4,3	-
RADIODUE - entertainment	P	12,1	73	7,9	3,3	-
Radio DeeJay Network	C	9,2	83	6,8	1,3	-
RDS Radio Dimensione Suono	C	7,3	77	5,0	0,9	-
RTL 102,5	C	6,7	76	4,5	0,7	-
RETE 105 Network	C	6,5	55	3,2	0,5	-
Radio Maria	C	3,2	95	2,7	0,7	-
RADIOTRE - culture	P	3,5	65	2,1	0,9	-
Radio Montecarlo	C	3,2	62	1,8	0,3	-
ISORADIO	P	2,1	81	1,5	0,3	-
RAI Channel not identified	P	-	-	1,4	-	-
Radio Kiss Kiss	C	2,3	63	1,3	0,2	-
Italia Network	C	3,0	49	1,3	0,3	-
One O One Network	C	1,8	57	0,9	0,2	-
Radio Radicale	C	1,4	52	0,6	0,2	-
Radio 105 Classic	C	0,7	63	0,4	0,1	-
Gamma Radio Network	C	0,5	57	0,3	0,1	-
Domestic Public Radio (national figures)	P	27,1	95	22,9	7,8	-
Domestic Commercial Radio + Foreign Radio (national figures)	P/C	53,9	161	77,1	13,4	-
Radio total/Any Radio	P/C	66,9	171	100,0	17,3	-

Age basis	-	11+	11+	11+	11+	-
Reference Period	-	March - June 1995				

(c) GEAR 1995

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

2) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - NETHERLANDS

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 6,4

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 13+): 12,5

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ²⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Radio 3 - pop music	P	12	40	23	8,6	5,3
(13) Regional channels - information, news, music	P	19	20	17	7,8	4,0
Radio 1 - news, information, sport	P	15	17	9	5,2	1,9
Radio 10 Gold - soft pop	C	8	16	9	3,1	1,9
Radio Noordzee - Duth (pop) music	C	9	16	9	3,2	2,0
Radio 2 - light music, light information	P	8	13	7	3,3	1,6
Sky Radio - soft pop	C	7	11	7	2,2	1,3
Radio 538 - pop music	C	4	5	3	1,2	0,6
Radio 4 - classical music	P	3	4	2	1,2	0,5
Love Radio - soft pop	C	2	3	2	0,7	0,3
Happy RTL - soft pop	C	1	2	1	0,5	0,2
Hit Radio Veronica - pop music	C	1	1	1	0,3	0,1
Radio 5 - culture, serious information, minorities	P	2	2	1	1,8	0,3
Classic FM - classical music	C	1	1	1	0,2	0,1
Domestic Public Radio (national figures)	P	N/A	106	60	23,0	13,4
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	N/A	56	32	20,9	6,7
Foreign Radio (national figures)	P/C	N/A	14	8	2,8	1,7
Radio total/Any Radio	P/C	74	176	100	33,6	21,8

Age basis	-	13+	13+	13+	13+	13+
Reference Period	-	March - April 1995				

(c) GEAR 1995

¹⁾ P = Public Radio, C = Commercial Radio²⁾ Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - POLAND

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 11,7

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 10+): 32,0

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ²⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Polskie Radio 1 - mixed programme	P	31,3	46	34,9	13,2	5,0
Regional Radio	P	14,2	22	16,3	4,6	2,5
Radio RMF	C	12,1	17	12,8	3,7	1,9
Local Radio	C	10,4	17	12,5	3,6	1,9
Radio Maryja - run by the Catholic Church	C	5,2	11	8,0	2,1	0,9
Polskie Radio 3 - mixed programme	P	7,9	9	6,7	2,1	0,9
Radio Zet - mixed music programme, discussions	C	5,6	6	4,2	1,5	0,6
Polskie Radio 2 - mixed programme	P	3,6	3	2,1	0,7	0,3
Polskie Radio BIS - classical music, news, information, sports	P	1,0	~0	0,4	0,3	0,1
Other	C	2,9	3	2,0	0,8	0,2
Domestic Public Radio (national figures)	P	47,2	80	60,4	18,9	8,7
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	30,4	53	39,5	9,7	5,5
Foreign Radio (national figures)	P/C	~0	~0	~0	~0	~0
Radio total/Any Radio	P/C	65,6	133	100	28,6	14,2

Age basis	-	10+	10+	10+	10+	10+
Reference Period	-	19.06 - 25.06.1995				

(c) GEAR 1995

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

2) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - PORTUGAL*

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households on the Continent (in millions): 2,780**)

Continental Adult Population in Radio-Households (in millions, age basis 15+): 7,525

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C 1)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening/ Listener ²⁾	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ³⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Radio Renascença - Channel 1	C	13,4	181	22,2	4,3	2,7
Antena 3 - pop music, short 1 min. news casts at every full hour	P	5,8	186	9,8	1,5	1,0
Radio Renascença - RFM	C	5,1	183	8,6	1,2	0,9
Antena 1 (AM + FM) - general programme	P	4,5	136	5,6	1,5	0,7
Commercial Radio - FM	C	3,1	166	4,8	0,8	0,5
Commercial Radio - AM/CMR	C	1,1	208	2,1	0,5	0,3
Antena 2 - classical music, four times a day short 2 min. news casts	P	0,6	162	0,9	0,2	-
Domestic Public Radio (national figures)	P	10,8	166	16,3	-	-
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	23,4	-	37,7	-	-
Domestic Regional and Local Radio	P/C	-	-	45,8	-	-
Foreign Radio (national figures)	P/C	0,1	127	0,2	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	56,4	194	100,0	-	-

Age basis	-	15+	15+	15+	15+	15+
Reference Period	-	January - June 1995				

(c) GEAR 1995

*) Data only for the continent (Açores and Madeira not included)

**) The value shown indicates the total continental population owing one radio (source: Markttest)

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

2) Counting unit : 1/4 hour

3) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - ROMANIARadio-Households¹ (in millions): 6,4

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 14+): 15,5

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C ' ¹)	Weekly National Reach (in %) ²)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %)	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Romania Actualitati - news	P	65	-	-	-	-
Public regional radio	P	28	-	-	-	-
Commercial regional radio	C	19	-	-	-	-
Romania Youth Channel	P	9	-	-	-	-
Romania Cultural Channel	P	6	-	-	-	-
Other foreign radio	P	6	-	-	-	-
Foreign radio channel in Romanian language	P	5	-	-	-	-
Domestic Public Radio (national figures)	P	N/A	-	-	-	-
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	N/A	-	-	-	-
Foreign Radio (national figures)	P/C	N/A	-	-	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	N/A	-	-	-	-

Age basis	-	14+	-	-	-	-
Reference Period	-	June 1995				

(c) GEAR 1995

¹) P = Public Radio, C = Commercial Radio²) Source: barometer of public opinion - June 1995, Research Institute for Quality of Life

The data represent the persons who listened to a given radio channel on at least one of seven days (in %).

RADIO DATA - RUSSIA*

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 33*)

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 11+): 94*)

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ²⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Radio Russia - general interest	P	48	48,4	39,7	9	5,4
Mayak - news, general interest	P	27	28,5	23,9	5	3,3
Europe + - music	C	11	13,1	13,5	2	1,4
Radio Yunost - young adults	P	2	2,1	1,8	**	**
Radio 1 - culture	P	2	1,3	1,2	**	**
Orpheus - classical music	P	2	1,1	0,6	1	**
Others	P/C	N/A	18,9	19,3	3	1,5
Domestic Public Radio (national figures)	P	N/A	94,4	79,1	15	10,1
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	N/A	18,7	20,4	2	1,4
Foreign Radio (national figures)	P/C	N/A	0,3	0,5	**	**
Radio total/Any Radio	P/C	76	113,3	100,0	17	12,4

Age basis	-	11+	11+	11+	11+	11+
Reference Period	-	January - June 1995				

(c) GEAR 1995

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

2) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

*) Only for the European part of Russia

**) Less than 0,1

RADIO DATA - ST. PETERSBURG

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 1,725

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 10+): 4,296

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C ' ¹	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening/ Listener	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ²	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Radio Petersburg Channel 5 - news, general interest	P	39,4	151	57,3	13,6	8,2
Europe - news, music	C	8,1	163	11,7	2,1	1,3
Mayak - news, music, general interest	P	5,8	169	8,5	1,8	1,3
Radio Baltica - news, music	C	4,6	167	6,7	1,1	0,9
Modern - news, music	C	4,6	187	6,6	1	0,7
Maximum - news, music	C	1,8	173	2,5	0,4	0,1
Radio Russia - news, general interest	P	1,5	133	2,1	0,4	0,3
Others	P/C	2,0	186	4,6	0,3	< 0,1
Domestic Public Radio (national figures)	P	43,9	157	68,1	13,6	3,3
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	8,9	172	31,5	2,1	1,0
Foreign Radio (national figures)	P/C	0,3	139	0,4	< 0,1	< 0,1
Radio total/Any Radio	P/C	60,3	468	100	N/A	N/A

Age basis	-	10+	10+	10+	10+	10+
Reference Period	-	January - June 1995				

(c) GEAR 1995

¹) P = Public Radio, C = Commercial Radio²) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - SLOVAK REPUBLIC

(Ranked by 24Hrs.Share)

Radio-Households (in millions): 1,8

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 15+): 4,0

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ²⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Slovensko 1 - general programme	P	63,6	138	61,8	21,5	11,0
Rock FM - pop music, entertainment	C	27,5	52	23,5	7,2	4,4
Fun Radio - regional programme (Bratislava and surroundings), pop music and entertainment for young people	C	9,0	15	6,9	2,1	1,3
Slovensko 2 - national and regional programme, culture and arts	P	11,6	13	5,9	3,3	1,2
Kossuth - programme from Hungary	P	1,2	2	1,0	0,4	0,2
Radio Free Europe (from Germany)	P	1,3	1	0,5	0,4	0,1
Domestic Public Radio (national figures)	P	79,1	203	91,4	-	-
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	9,0	15	6,8	-	-
Foreign Radio (national figures)	P/C	3,1	4	1,8	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	83,6	222	100,0	-	-

Age basis	-	14+	14+	14+	14+	14+
Reference Period	-	January - June 1995				

(c) GEAR 1995

¹⁾ P = Public Radio, C = Commercial Radio²⁾ Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - SWEDEN

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 3,75

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 18+): 6,67

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening)	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %))	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
P4 - for the mature half of the audience (35/40+): one channel with 25 regional programmes broadcasting news (national and local), current affairs, sports, entertainment, local culture and music	P	41	80	45	13	9,9
P3 - for the younger half of the audience (until 35/40 years of age): pop music, social affairs, cultural programmes, short news, children's and youth programmes, entertainment	P	21	31	18	5	3,8
P1 - talk programmes: news, current affairs, drama, arts, social affairs, science , philosophical issues	P	13	15	9	4	1,9
P2 - serious music (classical music, jazz, folk music) and programmes in more than ten minority languages	P	2	2	1	0,3	0,2
Domestic Public Radio (national figures)	P	65	129	73	21	15,7
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	27	48	27	7	5,3
Foreign Radio (national figures)	P/C	-	-	-	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	82	180	100	26	21,5
Age basis	-	9 - 79	9 - 79	9 - 79	9 - 79	9 - 79
Reference Period	-	January - May 1995				

(c) GEAR 1995

1) P = Public Radio, C = Commercial Radio

2) Based on population, not listeners

3) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - TURKEY

Radio-Households (in millions): 11,0

Persons in Radio-Households (in millions, age basis 0+): 61,183

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %))	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Radio 1 - news, sports, education, information, music, drama, entertainment, advertising	P	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Radio 2 - news, information programmes	P	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Radio 3 - serious music, light music, pop, rock, jazz	P	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Radio 4 (TRT FM) - folk + traditional music	P	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Touristic Radio - English language programme for tourists: information, news (in English, French, and German), music	P	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Voice of Turkey - news, information, Turkish music and cultural programmes for abroad in 17 different languages	P	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Domestic Public Radio (national figures)	P	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Foreign Radio (national figures)	P/C	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Radio total/Any Radio	P/C	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Age basis	-	-	-	-	-	-
Reference Period	-	January - June 1995				

(c) GEAR 1995

) P = Public Radio, C = Commercial Radio

) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - UNITED KINGDOM

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 22,6

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 15+): 46,7

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C ' ¹	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ²	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
BBC Radio 2 - easy listening	P	10,8	20	12,7	3,2	2,2
BBC Radio 1 - pop music	P	11,1	17	11,1	3,4	2,2
BBC Radio 4 - speech, news	P	11,4	16	10,2	4,0	1,6
Atlantic 252	C	4,3	6	3,6	0,8	0,7
Virgin Radio	C	3,4	5	3,3	0,8	0,6
BBC Radio 5 Live - sport, youth, education	P	4,1	5	3,0	0,5	0,3
Classic FM	C	3,9	5	3,0	0,6	0,4
BBC Radio 3 - classical music, drama	P	1,5	2	1,0	0,2	0,1
Talk Radio UK	C	1,1	2	1,0	0,2	0,1
Domestic Public Radio Network (national figures)	P	33,5	59	38,0	11,3	N/A
Domestic Commercial Radio - any INR (national figures)	C	8,2	11	7,3	1,6	N/A
Foreign Radio (national figures)	P/C	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Radio total/Any Radio	P/C	71,0	155	100,0	N/A	N/A

Age basis	-	15+	15+	15+	15+	15+
Reference Period	-	January - June 1995				

(c) GEAR 1995

¹) P = Public Radio, C = Commercial Radio²) Maximum average national rating per quarter hour (in%)

RADIO DATA - SOUTH AFRICA

(Ranked by 24Hrs. Share)

Radio-Households (in millions): 7,2

Adults in Radio-Households (in millions, age basis 16+): 21,8

Name of Radio Channel with Short Description (Only National Radio Channels)	P or C)	Daily National Reach (in %)	Min. of Daily Listening/ Listener	24 Hrs. National Share (in %)	Max. 1/4 hr. (in %) ²⁾	Avg. 1/4 hr. 6,00-18,00 (in %)
Radio Zulu - full spectrum ³⁾	P	18,8	233	26,0	6,6	4,2
Radio Xhosa - full spectrum ³⁾	P	9,2	218	12,7	2,9	1,9
Radio Metro - music station: urban contemporary music	C	7,9	137	10,9	1,6	1,1
Radio Sesotho Stereo - full spectrum ³⁾	P	7,6	216	10,4	3,6	1,6
Radio Lebowa Stereo - full spectrum ³⁾	P	7,2	211	9,9	3,1	1,4
Setswana Stereo - full spectrum ³⁾	P	5,5	172	7,6	1,6	1,0
Radio Tsonga - full spectrum ³⁾	P	3,9	257	5,3	1,4	1,0
5FM - music station: contemporary hit radio	C	3,3	176	4,5	0,8	0,7
Africans Stereo - full spectrum ³⁾	P	2,9	161	4,0	1,0	0,5
Radio Swazi - full spectrum ³⁾	P	2,3	196	3,1	0,9	0,5
Radio Ndebele - full spectrum ³⁾	P	1,9	169	2,6	0,6	0,3
SA FM - full spectrum ³⁾	P	1,2	107	1,7	0,5	0,1
Radio Venda - full spectrum ³⁾	P	0,9	182	1,3	0,3	0,2
Domestic Public Radio (national figures)	P	60,8	243	72,0	23,8	14,3
Domestic Commercial Radio (nat. figures)	C	24,3	157	28,0	6,4	5,2
Foreign Radio (national figures)	P/C	-	-	-	-	-
Radio total/Any Radio	P/C	N/A	N/A	100,0	N/A	N/A

Age basis	-	16+	16+	16+	16+	16+
Reference Period	-	January - June 1995				

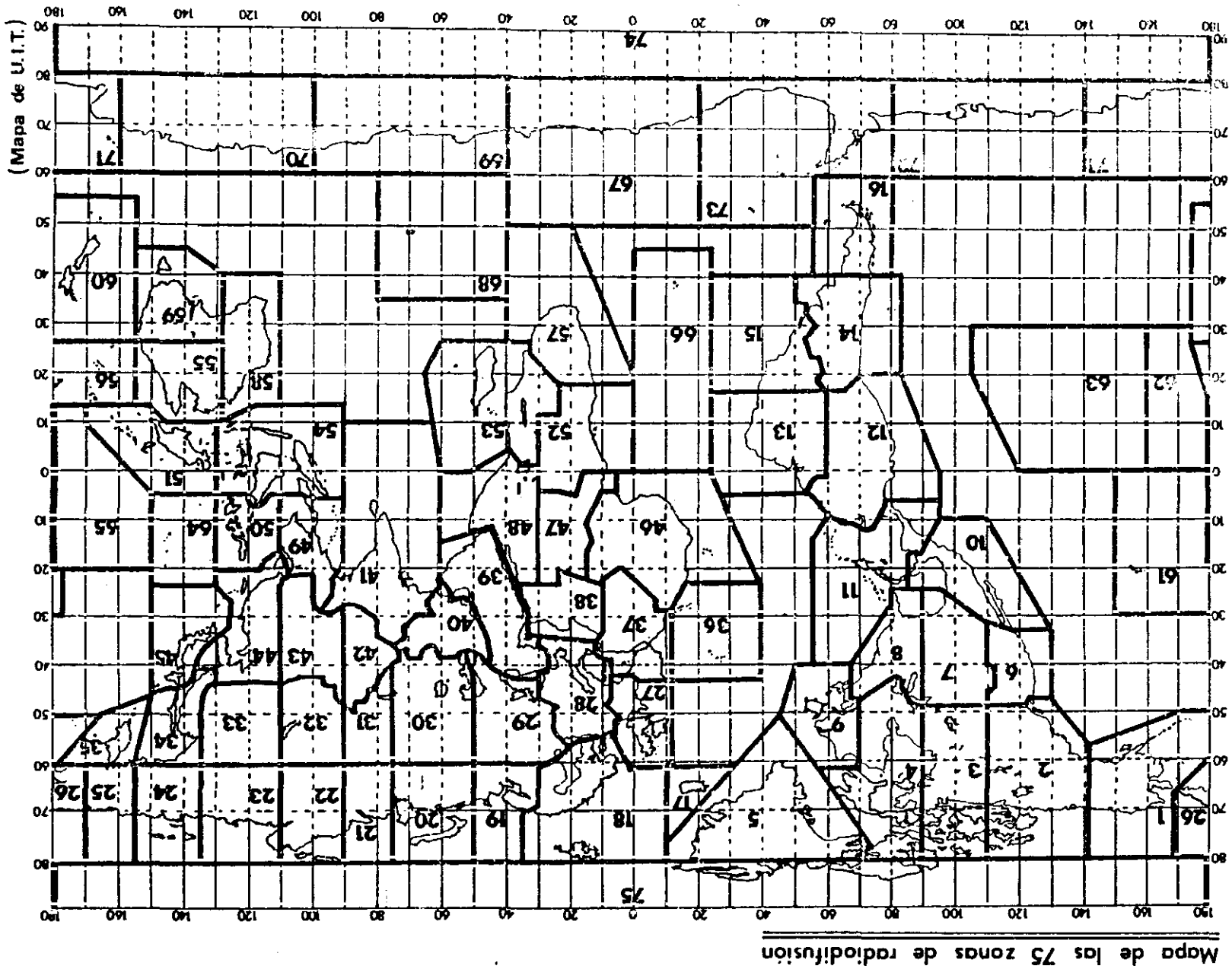
(c) GEAR 1995

¹⁾ P = Public Radio, C = Commercial Radio

²⁾ Maximum average national rating per quarter hour (in%)

³⁾ Full spectrum service broadcasts news, information, music programmes, plays and dramas, religious programmes

9.7. MAPA DE LAS 75 ZONAS DE RADIODIFUSION



ATRIBUCION DE BANDAS DE FRECUENCIA PARA RADIODIFUSION.

Bandas	FRECUENCIA		
	Región 1	Región 2	Región 3
Onda larga.	160-255 kHz.	×	×
Onda media.	525-1605 kHz.	535-1605 kHz.	
120 (tropical).	2300-2498 kHz.	2300-2495 kHz.	
90 m. (tropical).	3200-3400 kHz.		
75 m. (tropical).	3950-4000 kHz.	×	3950-4000 kHz.
60 m. (tropical).	4750-4995 kHz. 5005-5060 kHz.		
49 m.	5950-6200 kHz.		
41 m.	7100-730 kHz.	×	7100-7300 kHz.
31 m.	9500-9775 kHz.		
25 m.	11700-11975 kHz.		
19 m.	15100-15450 kHz.		
16 m.	17700-17900 kHz.		
13 m.	21450-21750 kHz.		
11 m.	25600-26100 kHz.		
VHF (TV).	41-47 MHz.	×	44-50 MHz.
VHF (TV).	47-68 MHz.	54-68 MHz.	
VHF (TV).	×	68-73 MHz.	×
VHF (FM).	87,5-100 MHz.	88-108 MHz.	87-108 MHz.
VHF (TV).	174-216 MHz.		
UHF (TV).	470-960 MHz.	470-890 MHz.	470-585 MHz. 610-960 MHz.
Radiodifusión por satélite.	2500-2690 MHz.		
	11,7-12,5 GHz.		
	84-86 GHz.		

CAPITULO X

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

ALBERICH J.L.- "Satélites de Comunicación". Diccionario ciencias y técnicas de la comunicación. Paulinas. Madrid. 1991.

ALCOVER IBAÑEZ Norberto.- "Introducción a los medios de comunicación. Los medios de comunicación social". Paulinas. Madrid. 1990.

ARIAS RUIZ Aníbal.- "1150 años de Radio en España". RNE. Madrid. 1973.

ANUARIOS DE RTVE.- 1983-1984-1985-1986-1987-1988-1989. RTVE. Madrid.

ARROYO F.- "Telecomunicaciones y ordenación del territorio". Teos. Cuadernos de telecomunicación, tecnología y sociedad. n,12. FUNDESCO. Madrid. Diciembre- febrero 1987-88.

BADER Diego y RODILLA Fernando-José.- "La economía de las telecomunicaciones, la información y los medios de comunicación". Colección Estudios y Documentos. FUNDESCO. 1989.

BARROSO ASENJO P.- "Introducción a los medios de comunicación. Ética de los medios de comunicación". Paulinas. Madrid. 1990.

BEA Fernando.- "Qui Radio Vaticana". Edizione Radio Vaticana. 1981.

BENEYTO Juan.- "Teoría y técnica de la opinión pública". Tecnos. Madrid. 1969.

BENITO Ángel. ~ "Información, integración social y libertad". Escuela Oficial de Periodismo. ministerio de Información y Turismo. Madrid. 1972.

BENITO Ángel.- "Información y desarrollo: para una disciplina de la objetividad". Revista del Instituto de Ciencias Sociales. Barcelona. 1982.

BENITO Ángel.- "La comunicación social". García Blanco. Madrid. 1976.

BENITO Ángel.- "La objetividad posible en la información Revista Nuestro Tiempo, marzo de 1992. Madrid. 1992.

BENITO Ángel.- "Prensa y Convivencia Internacional. Barcelona. 1964.

BENITO Ángel.- "Teoría General de la Información I. Introducción". Guadiana. Madrid. 1973.

BENSOUSSAN D.- "Las antenas". Instituto Oficial de RTVE. Madrid.1983.

BETHENCOURT Tomas.- "Sistemas de televisión (Clásicos y avanzados). Instituto Oficial de RTVE. Madrid. 1990.

BLUME Dan.- "Making fit in radio Your future in the moder medium". Continental Media Company. Conneticut. USA.

BLUM Richard A. y LINDHEIM.- "Programación de las cadenas de televisión en horario de máxima audiencia". Instituto oficial de RTVE. Madrid. 1989.

BRIGGS Asa.- "The History of Broadcasting in the United Kingdon". Oxford University Press. Londres. 1961.

CASTILLA, ALONSO y DÍAZ.- "La sociedad española ante las nuevas tecnologías". FUNDESCO. Madrid. 1987.

CEBRIAN HERREROS Mariano.- "La Radio, sus oyentes y los poderes públicos". RNE. Rencontre. Torremolinos. 1988.

CEBRIAN HERREROS Mariano.- "Bibliografía de la información audiovisual". Instituto oficial de RTVE. Madrid. 1986.

COLECTIVA.- "EL archivo sonoro de Radio Nacional de España S.A.". Instituto Oficial de RTVE.Madrid.

COMISIÓN DE TÉCNICOS DE ARCHIVO SONORO Y DOCUMENTACIÓN DE RNE.- "Normas de catalogación del archivo sonoro de Radio Nacional de España. Tomo i. Palabra y efectos sonoros. Tomo II. Música". Instituto oficial de RTVE. Madrid. 1992.

CONGRESO DE TELECOMUNICACIONES 1988. Dos Tomos. El primero con ponencias de autores extranjeros en inglés y el segundo en castellano. Servicio de Publicaciones del Gobierno Vasco. 1988.

DADER J.L.- "El periodista en el espacio público". Bosch. Barcelona. 1992.

DAVARA RODRÍGUEZ Javier.- "Profesionales de la comunicación".

Diccionario de las ciencias y las técnicas de la comunicación". Paulinas. Madrid. 1990.

DAVARA RODRÍGUEZ Javier.- "Introducción a los medios de comunicación. Los paradigmas de la comunicación". Paulinas. Madrid. 1990.

DE BOECK Willy.- "Televisión digital". Instituto oficial de RTVE. Unidad Didáctica 122. Madrid.

DE BOECK Willy.- "La televisión por satélite". Instituto Oficial de RTVE. Unidad Didáctica 136. Madrid.

DE LIMA Venancio.- "Medios de comunicación y democracia". FUNDESCO. Madrid. 1992.

DESANTES GUANTES José María.- "La función de informar. Eunsa. Pamplona. 1976.

DÍAZ MANCISIDOR Alberto.- "La empresa de Radio en USA". ENUSA. Pamplona. 1984.

DOCUMENTAZIONE DELL'OPERA DELL'UFFICIO INFORMAZIONI DEL VATICANO.- "La Chiesa e la guerra". Ed. Civitas Gentium. Citta del Vaticano. 1994.

DUVAL René.- "Histoire de la radio en France".- Alain Moreau.- París. 1979.

EUROPA 1995.- "Informe FAST. Nuevas tecnologías y cambio social". Comisión de las Comunidades Europeas. FUNDESCO. Madrid. 1988.

FAUS BELAU Ángel.- "La Radio. Introducción a un medio desconocido" Latina Universitaria. Madrid. 1981.

FERNÁNDEZ ASÍS Victoriano. Rencontres de Torremolinos. Años 1976, 1977 y 1980. RNE. Madrid.

FERNÁNDEZ SHAW F. "Relaciones Internacionales y Medios Audiovisuales". Madrid. Tecnos. 1985

FERNÁNDEZ SHAW F. "Organización Internacional de las telecomunicaciones y de la radiodifusión" Madrid. Tecnos. 1978.

FLICHY P.-"Lasa multinacionales del audiovisual". G.Gili. Barcelona. 1992.

GARCÍA JIMÉNEZ Jesús.- "Radio Televisión Española y la Constitución".
Universidad Menéndez Pelayo. Guadalajara. 1981.

GARITAONAINDIA Carmelo. "La Radio en España 1923-193911".
Servicio Editorial Universidad del País Vasco. Bilbao.

GAVILÁN ESTELAT Eduardo.- "Aplicación de la televisión digital a la
transmisión por satélite". Instituto Oficial de RTVE. Unidad Didáctica 147.
Madrid.

GÓMEZ DE MARCOS Fernando.- "Historia, estructura y funcionamiento
de la Unión Europea de Radiodifusión (UER). Instituto oficial de RTVE. Unidad
Didáctica 105. Madrid.

GONZÁLEZ RUIZ Nicolás y otros autores. Enciclopedia del Periodismo.
Noguer. Barcelona. 1966.

GONZÁLEZ SEARA Luis.- "Opinión pública y comunicación de masas".
Ariel. Barcelona. 1968.

GOROSTIAGA Eduardo.- "Información, derechos humanos y constitución".
Instituto oficial de RTVE. Madrid. 1981.

GUTIÉRREZ ESPADA Luis.- "Historia de los medios audiovisuales".
Pirámide. 1982.

HALE Julián. "La Radio como arma política". Gustavo Gili (Col,
Mass-Media). Barcelona. 1979.

HILL George.- "Los Informativos en radio y Televisión". Instituto Oficial
de Radio y Televisión. Madrid. 1981.

HISPASAT.- "Sistema español de comunicaciones por satélite". 1992.

HISPASAT.- "Dossier Hispasat". Madrid. 1992

IGLESIAS Francisco.- "La televisi% n dominada". Rialp. Madrid. 1990.

KEITH Michael C.- "Técnicas de producción de radio". Instituto Oficial de
RTVE. Madrid. 1992.

LEGISLACIÓN BÁSICA DE RADIO Y TV. Editorial Ministerio de

Información y Turismo. Madrid.

LEGISLACIÓN BÁSICA DE RADIO Y TV.- Tecnos. Madrid. 1988.

LERA SALOSO Emilio y DÍAZ José Antonio.- "El futuro de las telecomunicaciones españolas. Prospectiva y previsión tecnológica Colección Impactos. FUNDESCO. 1989.

LERA SALOSO Emilio.- "la política europea de telecomunicaciones. ¿Pragmatismo o audacia?". Revista Telos ng 15. FUNDESCO. Madrid. 1988.

LINARES Julio.- "Las telecomunicaciones mañana". Fundesco. Madrid.

LIOBSERVATORE ROMANO.- "Números 1 de enero de 1964; 2 de julio de 1966; 27 de agosto de 1978 y 29 de noviembre de 1978. Città del Vaticano.

MACBRIDE Sean.- "Un s¼lo mundo, voces múltiples. Comunicación e Información en nuestro mundo". Fondo de cultura económica. Unesco. Méjico. 1980.

MARTÍNEZ ALBERTOS José Luis.- ""La información en la sociedad industrial". Técnos. Madrid. 1972.

MATELSKI Marilyn J.-"Programación diaria de televisi¼n". Instituto Oficial de RTVE. Madrid. 1992.

MONTES FERNÁNDEZ Francisco José.- "Los orígenes de la radiodifusión exterior en España". RTVE. Madrid. 1988.

MONTES FERNÁNDEZ Francisco José.- "Disposiciones legales para la radio y la televisión en España". Instituto oficial de RTVE. Monografía 7. Madrid.

MONTES FERNÁNDEZ Francisco José.- "Estatutos de la Unión Europea de Radiodifusión(UER)". Instituto oficial de RTVE. Unidad Didáctica 113. Madrid.

MUÑOZ ALONSO Alejandro.- "La objetividad de la información". Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense. Madrid. 1972.

MUÑOZ José Javier y GIL César.- "La radio: teoría y práctica". Instituto oficial de RTVE. Madrid. 1994.

MUSBURGER Robert B.- "Periodismo electrónico". Instituto Oficial de RTVE. Madrid. 1992.

NATIONAL AND INTERNATIONAL SYSTEMS OF BROADCASTING (Their History, operation and control). Universidad de Michigan. USA. 1969.

NUÑEZ MAYO Oscar.- "La Radio sin fronteras" RTVE. Madrid.

NUÑEZ MAYO Oscar.- "El Dx-ismo un movimiento juvenil de radioyentes europeos". Tele-Radio nº 989. RTVE. Diciembre. 1976.

PILATE A. y RICHERI G.- "El mercado de la comunicación. Evolución en los años 9011. FUNDESCO. Madrid. 1993.

PORTALES D. y OTROS. - "Comunicación transnacional. Conflicto político y cultural". Desco-ilet. Lima. 1992

PRIETO DE AROZARENA Alfonso.- "Radiodifusión en Ondas Cortas. Programación y efectos". Cuadernos de Documentación, apéndice ng 18. Instituto Oficial de Radio y Televisión. Madrid.

RADIOTELEVISIÓN, INFORMACIÓN y PROGRAMAS. "Las incógnitas de los medios electrónicos ". RTVE. Barcelona. 1985.

RICHERI Giuseppe.- "Los satélites de televisión en Europa. Historia política y económica". Colección estudios y documentos. FUNDESCO. 1988.

RICHERI Giuseppe.- "Il futuro tecnologico della radiotelevisione in Europa". Festival Nazionale de l'unità. Democrazia e sistemi radiotelevisivi dell'Europa. Genova. 9 de septiembre de 1978.

RUBIO Juan.- "Estructura de los sistemas de comunicación por satélite ". Tendencias. 1991. Informes anuales de FUNDESCO. Madrid. 1991.

SAINZ Miguel.- "Manual básico de producción en Televisión". Instituto Oficial de RTVE. Madrid. 1994.

SÁNCHEZ-BRAVO CENJOR Antonio.- "Política y Comunicación. Un estudio sobre las emisiones para el exterior. Ondas Cortas". Cuadernos de documentación n 2 23. Instituto oficial de Radio y Televisión. Madrid.

SÁNCHEZ-BRAVO CENJOR Antonio.- "Nuevo tratado de la estructura de la Información ". Universidad Complutense. Madrid. 1985.

SÁNCHEZ-BRAVO CENJOR Antonio.-" La información en la comunidad europea". síntesis. Madrid. 1993.

SÁNCHEZ-BRAVO CENJOR Antonio.- "Objetividad en el discurso informativo". Pirámide. Madrid.1978.

SINOVA Justino.- "La gran mentira. El tinglado de la televisión al descubierto". PLANETA. Barcelona. 1983.

UIT.- "Unión Internacional de Telecomunicaciones: 1865-1965. Cien años de cooperación internacional". Boletín de telecomunicaciones nº1. Ginebra. 1967.

WATSON O. y BURRON J.- "Las comunicaciones en la nueva Europa. Nuevas tecnologías y nuevas demandas". FUNDESCO. Madrid. 1992.