



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA DE PROGRAMA RADIAL PARA CONTRIBUIR A
MEJORAR LA COMUNICACIÓN EN LAS RELACIONES DE PAREJA Y
FAMILIARES

ALVARADO JARAMILLO ANDREA NICOLLE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2023



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROPUESTA DE PROGRAMA RADIAL PARA CONTRIBUIR A
MEJORAR LA COMUNICACIÓN EN LAS RELACIONES DE
PAREJA Y FAMILIARES

ALVARADO JARAMILLO ANDREA NICOLLE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2023



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO TITULACIÓN
SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN O
INTERVENCIÓN

PROPUESTA DE PROGRAMA RADIAL PARA CONTRIBUIR A MEJORAR LA
COMUNICACIÓN EN LAS RELACIONES DE PAREJA Y FAMILIARES

ALVARADO JARAMILLO ANDREA NICOLLE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TUSA JUMBO FERNANDA ESPERANZA

MACHALA, 16 DE MARZO DE 2023

MACHALA
2023

PROGRAMA RADIAL PARA CONTRIBUIR A MEJORAR LA COMUNICACIÓN EN LAS RELACIONES DE PAREJA Y FAMILIARES

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	1%
2	instcamp.edu.mx Fuente de Internet	1%
3	www.monografias.com Fuente de Internet	1%
4	www.euroinnova.edu.es Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	1%
6	nuevaepoca.revistalatinacs.org Fuente de Internet	1%
7	sedici.unlp.edu.ar Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega Trabajo del estudiante	1%

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, ALVARADO JARAMILLO ANDREA NICOLLE, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado PROPUESTA DE PROGRAMA RADIAL PARA CONTRIBUIR A MEJORAR LA COMUNICACIÓN EN LAS RELACIONES DE PAREJA Y FAMILIARES, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 16 de marzo de 2023



ALVARADO JARAMILLO ANDREA NICOLLE
0705668531

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mi madre, a mi esposo y a mi hijo que han sido el motor de mi vida en cada peldaño que atravieso. A cada persona que me han brindado su apoyo y me han dado la mano, aquellos que con un consejo me han motivado para no dejar de lado mis estudios.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por hacerse presente en cada etapa de mi vida, dándome la fuerza y sabiduría que necesito para lograr mis objetivos. A los docentes que me han brindado sus enseñanzas para lograr ser una profesional, especialmente a la Ingeniera Fernanda Tusa, quien ahora es mi tutora de tesis, gracias a su guía, paciencia y profesionalismo hoy puedo cumplir con una nueva etapa.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar la forma en que una propuesta radial puede contribuir a mejorar la comunicación en las relaciones de pareja y familiares de acuerdo a la opinión de expertos. A fin de realizar este proceso se dio una conceptualización de la radio en general, su importancia, su estructura y los aspectos que se mezclan para crear un programa radial, es importante conocer la planificación que hay detrás de cada reportorio en vivo, porque incluyen proyectos, selección de audiencia, temas, horarios y la estación radiofónica de su transmisión. En el desarrollo del trabajo se evidencia cómo la radio ha sido utilizada siendo un espacio de comunicación, de denuncia y de debate alternativo, donde se estimula y permite la participación de toda la sociedad. Esta investigación nos demuestra que la radio no discrimina, mantiene el acceso directo permitiendo hacer visible la diversidad de perspectivas, intereses y necesidades de los ciudadanos, y propicia su participación activa en las discusiones y decisiones sobre asuntos de interés público. En cuanto al diseño metodológico se ha realizado una investigación cualitativa mediante entrevistas para indagar cuáles son las opiniones de los expertos en radio, profesionales que llevan años en el área de la radiodifusión. El principal objetivo de las entrevistas realizadas mediante este proceso se dio para explorar de manera profunda ¿De qué manera una propuesta radial puede contribuir a mejorar la comunicación intrafamiliar con hijos adolescentes? Se realizó entrevistas a profesionales que tienen una larga trayectoria en radio, fueron ellos quienes, mediante sus opiniones, coincidieron que los programas de índole familiar son los que provocan beneficios que se traducen en la estabilidad del desarrollo de las relaciones de sus integrantes, sostienen que la unión familiar fomenta un entorno de valores que garantizan la felicidad, tener paciencia, comprensión y compromiso, son parte clave de una buena unión familiar. Esta propuesta de programa es una iniciativa dirigida a las relaciones de pareja y a los padres

de familia, con ello el principal objetivo es reducir los comportamientos de riesgos asociados a los adolescentes, problemas como conflictos que van más allá de la pareja, tales como los enfrentamientos con los hijos o con algún otro miembro de la familia. La motivación de esta propuesta radial es concientizar a la audiencia de manera positiva frente a las problemáticas que actualmente se presentan en las familias oreñas de la ciudad de Machala. Por último, se grabó un programa piloto donde se evidenció todo el trabajo realizado en esta investigación, el programa llamado “hablando de familias” fue transmitido por una reconocida radio de la ciudad de Machala, Radio fiesta 1.060AM, abrió sus puertas a esta nueva propuesta que contribuye con contenido informativo-educativo, la grabación del programa se realizó a las 09h00am del día jueves 16 de febrero de 2023. Fue un programa transmitido por amplitud modulada (AM) y por la página oficial de Facebook de la radio. Finalmente, la aceptación del programa fue considerable, de tal forma que motiva a la realización de este proyecto.

Palabras clave: Expertos, estructura, alternativo, propuesta.

ABSTRACT

The objective of the research is to analyze the way in which a radio proposal can contribute to improve communication in couple and family relationships according to the opinion of experts. In order to carry out this process, a conceptualization of radio in general, its importance, its structure and the aspects that are mixed to create a radio program, it is important to know the planning behind each live report, because they include projects, audience selection, topics, schedules and the radio station of its transmission. In the development of the work, it will be shown how the radio has been used as a space for communication, denunciation and alternative debate, where the participation of the whole society is stimulated and allowed. This research shows us that radio does not discriminate, it maintains direct access allowing to make visible the diversity of perspectives, interests and needs of citizens, and encourages their active participation in discussions and decisions on matters of public interest. Regarding the methodological design, a qualitative research was carried out through interviews to find out what are the opinions of radio experts, professionals who have been working for years in the area of radio broadcasting. The main objective of the interviews conducted through this process was to explore in depth how a radio proposal can contribute to improve communication in couple and family relationships. Interviews were conducted with professionals who have a long trajectory in radio, they were the ones who, through their opinions, agreed that family programs are the ones that cause benefits that translate into the stability of the development of the relationships of its members, they maintain that family union fosters an environment of values that guarantee happiness, having patience, understanding and commitment, are a key part of a good family union. This program proposal is an initiative aimed at couple relationships and parents, with the main objective of reducing risk behaviors associated with adolescents, problems such as conflicts that go

beyond the couple, such as confrontations with children or with other family members. The motivation of this radio proposal is to make the audience aware in a positive way of the problems that currently occur in the families of the city of Machala. Finally, a pilot program was recorded where all the work done in this research was evidenced, the program called "talking about families" was broadcast by a recognized radio station in the city of Machala, Radio Fiesta 1.060AM, opened its doors to this new proposal that contributes with informative-educational content, the recording of the program was made at 09h00am on Thursday, February 16 of this year. The program was broadcast on AM and on the official Facebook page of the radio station. Finally, the acceptance of the program was considerable, in such a way that motivates the realization of this project.

Keywords: Experts, structure, alternative, proposal.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	3
ABSTRACT	5
INTRODUCCIÓN	9
CAPITULO I	10
GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO	10
1.1. Contextualización del objeto de estudio	10
1.2. Hechos de interés	12
1.3. Planteamiento del problema	13
1.4. Objetivos de la investigación	14
<i>Objetivo General:</i>	14
<i>Objetivos Específicos:</i>	14
1.5. Justificación del estudio	14
1.6. Objeto de estudio	15
CAPITULO II	16
DIAGNÓSTICO DEL OBJETO DE ESTUDIO	16
2.1. La radio y su concepción teórica	16
2.2. Programación radial	17
2.3. Comunicación radial	18
2.4. Radio Digital	19
2.5. Radio Comercial	20
2.6. Radio Comunitaria	21
2.7. La radio y las TICs	23
2.8. Programa radial	23
2.9. La radio educativa	24
2.10. Programas educativos	25
2.11. Programas radiales familiares	26
CAPÍTULO III	28
PROCESO METODOLOGICO	28
3.1. Metodología cualitativa	28
3.2. Proceso de recolección de datos de la investigación	28
3.3. Entrevista	29
3.4. Plan de Acción	29
3.4.1. Nombre del programa	29
3.4.2. Descripción del programa	30

3.4.3. Identidad Visual	30
Figura 1.	30
Banner publicitario	30
3.4.4. Descripción del público objetivo	31
3.4.5. Propuesta de guion piloto	31
3.4.7. Presupuesto asignado	33
3.5. Entrevista a expertos	33
4.2. Descripción y argumentación teórica de resultados	41
4.3. Ejecución del primer programa en vivo	42
4.4. Resultados de la emisión del primer programa	42
Figura 2.	42
Difusión del programa en redes sociales	42
Figura 2.	43
Alcance del programa	43
4.5. Conclusiones	43
4.6. Recomendaciones	44
Referencias bibliográficas	45

INTRODUCCIÓN

Los programas radiales de índole familiar se caracterizan por manejar un contenido informativo-educativo, el cual aporta de manera positiva a la sociedad. Tiene la capacidad de concientizar con naturalidad por medio de consejos, reflexiones e ideas, que fomentan la unión y el respeto hacia los demás. Transmitiendo valores que establecen el hacer o no hacer, como base de toda convivencia en sociedad.

En esta investigación se realizó un análisis de la forma en que un programa radial puede contribuir a mejorar la comunicación en las relaciones de pareja y familiares de acuerdo a la opinión de expertos, estos coinciden que es importante la existencia de este tipo de programas debido a que ayudan al fortalecimiento de familias que les gusta escuchar radio. El programa va dirigido a los padres como primeros educadores de niños y niñas, y, desde esta convicción, provee un conjunto de herramientas educativas para fortalecer sus capacidades para el desarrollo familiar.

Pero ¿De qué manera una propuesta radial puede contribuir a mejorar la comunicación intrafamiliar con hijos adolescentes? Tomamos en cuenta que las familias van perdiendo la comunicación, el amor y el respeto entre ellos, es por eso que es importante devolverle ese interés a la audiencia, mediante un programa radial que hable acerca de habilidades para padres y la familia como un todo, que conozcan acerca de juegos educativos, talleres de análisis y actividades familiares.

Finalmente se busca generar interés en las personas por medio de contenido educativo, que al encender la radio exista un programa que, de información, orientación, formación y asesoramiento, para su importante tarea de actuar como tales, y lograr así, el total interés en el desarrollo de familias conformadas por padre y madre, y, adolescentes.

CAPITULO I

GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1.Contextualización del objeto de estudio

La radio es un medio muy fuerte de interacción, eso es indudable, el público en general se siente identificado al momento de relacionarse con programas de radiodifusión, ya sea por la música y o programas específicos. A lo largo de los años ha logrado democratizar la comunicación e información en muchos estados y ciudades en todo el mundo, siendo el principal medio de interrelación.

Actualmente las radio estaciones poseen un poder y vínculo con la población que el ser humano en cada una de sus invenciones ha tratado vincular desde siempre en cada avance tecnológico que ha dado, con ella queda demostrado que la radio no solo es un medio, sino un vínculo con la sociedad y sus vivencias. Por otra parte, Sánchez (2018) menciona que, se ha comprobado que la estimulación cerebral y afectiva debe promoverse desde el nacimiento, ya que el desarrollo de la inteligencia, de la personalidad y de las bases del comportamiento futuro se suscita de manera muy temprana (p. 12).

Esto significa que, la radio no influye en la manera de actuar, de pensar y o expresarse del ser humano, más bien la podemos asociar con promover el valor de la socialización, de la integralidad, autonomía y la conexión con la realidad, sobre esto se han desarrollado programas que han puntualizado en temas de familia, es ahí donde se reconoce que la radio ha hecho el trabajo necesario para aconsejar y encaminar a naciones enteras, sin el afán de cambiarlos.

La innovación que tiene una radio es la de ampliar los temas relevantes que son importantes para la sociedad, para ello se ve obligada a surgir en el mundo de la tecnología, es hora de demostrar su versatilidad y alcance, es por eso que ha migrando a

las redes sociales, mediante, transmisiones en vivo y podcast atrayendo a un alto porcentaje de audiencia:

Así, persiste la idea de construcción de proyectos de comunicación democrática como base de la gestión de prácticas participativas desde la pluralidad de sus expresiones y en articulación con quienes lideran medios y experiencias locales, de tal modo que puedan garantizar posibilidades reales de expresión, diálogo, intercambio y discusión de contenidos, producidos y difundidos, desde las necesidades y aspiraciones de los ciudadanos (Comunicar, 2018).

Se puede determinar que la radio es la voz de los grandes acontecimientos porque es testigo inmediato y presencial, busca incluir en los medios las voces ocultas o negadas, y crear contenidos a través del diálogo y la participación de los actores como ejes centrales.

Se busca que un producto comunicativo no se construya sobre la interpretación personal del comunicador sobre una realidad, sino que se dé a partir de un diagnóstico, más la convergencia de perspectivas entre los sujetos participantes, determinando objetivos que guíen los mensajes a producir.

Finalmente, la radio es un instrumento que orienta a promover procesos educativos, llena de democratización comunicacional. Torres (2019) sostiene, que, las radios comunitarias son instrumentos de democracia que pueden empoderar a la comunidad y herramientas en la lucha contra la pobreza, aunque no son tan efectivos como podrían serlo porque las políticas de muchos países no las apoyan, y a veces les hacen daño a los medios alternativos como las radios comunitarias (p. 21).

1.2.Hechos de interés

La radio se manifiesta como un medio de comunicación auditivo que desempeña un rol importante dentro de la sociedad como el de entretener, informar o educar; es un medio de comunicación accesible para muchas personas, esto radica en la facilidad de su uso, es fácil de transportar y permite realizar otras actividades mientras se está sintonizando su programación. Es por ello que la radio es el medio más cercano a las personas.

Su intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales. Con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias. Trabajan fundamentalmente con el número, el dato cuantificable (Sánchez y Cupul, 2018). Esto quiere decir, que, resalta la importancia de llegar a un gran número de audiencia, es importante recibir la aceptación del público y cumplir con el principal objetivo que es informar y entretener.

Por otro lado, la familia es la primera escuela, en ella aprendemos a desarrollar nuestra capacidad para el dialogo, en la familia se aprende a ser personas con virtudes y capacidades, la virtud de la disciplina, comprensión, del respeto y el amor.

Así lo menciona, Hidalgo (2019) al afirmar que “la influencia de los medios de comunicación en su sentido más amplio es decisiva en la mentalidad y comportamiento de las audiencias y en nuestras formas de percibir el mundo”. Esto nos indica que la radio si contribuye a mejorar la comunicación en las relaciones de pareja y familiares, por ser un medio de alta cobertura. Invita al diálogo, es una relación locuaz que inicia con su audiencia, en este caso con las familias, como órgano de información a la comunidad, mediante, la palabra, la música, efectos sonoros, etc.

1.3.Planteamiento del problema

Por consiguiente, se plantea el siguiente problema de investigación central: ¿De qué manera una propuesta radial puede contribuir a mejorar la comunicación intrafamiliar con hijos adolescentes?

Se realizó este trabajo de investigación para analizar como una propuesta radial puede contribuir a mejorar la comunicación en las relaciones de pareja y familiares, mediante la información oportuna y dejando atrás estereotipos sexistas que existen en torno al tema. Tomamos en cuenta que las familias van perdiendo la comunicación, el amor y el respeto entre ellos, es por eso que es importante devolverle ese interés a la audiencia, mediante un programa radial que hable sobre mejorar la comunicación en pareja y familiares.

Existen factores que llevan a las familias al desapego, lamentablemente con el avance de la tecnología las familias van perdiendo el hábito de escuchar radio, debido a que le dedican más tiempo a su teléfono celular y a las redes sociales, esto hace que los medios educativos con propuestas diferentes vayan perdiendo su gran valor.

En cualquier caso la radio no se ha quedado atrás, ha ido evolucionando, así lo menciona Martinez, Muller y Villar (2019) al afirmar que ante los desafíos que el entorno digital propone a la radio, las emisoras públicas también decidieron explorar las posibilidades que la digitalización ofrece para el desarrollo de contenidos de interés público. Es por eso que de a poco vemos la adaptación de la radio en la web, su ampliación da repertorio a llegar a muchas más personas y no dejar morir ese espíritu radiofónico que se ha trabajado por años, así mismo fortaleciendo su repertorio de servicio público.

1.4.Objetivos de la investigación

Objetivo General:

- Analizar la forma en que una propuesta radial puede contribuir a mejorar la comunicación intrafamiliar con hijos adolescentes de acuerdo a la opinión de expertos.

Objetivos Específicos:

- Constatar la existencia de programas radiales que hablen de temas familiares en dos emisoras de la ciudad de Machala.
- Determinar la opinión de expertos en temas radiales, sobre la contribución de los programas radiales dedicados a mejorar la comunicación intrafamiliar.
- Identificar el interés referente a los temas que contribuyen a mejorar la comunicación en relaciones de pareja y familiares.

1.5.Justificación del estudio

La radio se utiliza como un espacio de comunicación, de denuncia y de debate alternativo, donde se estimula y permite la participación de toda la sociedad. No discrimina, por lo que es accesible a toda la población, independientemente del nivel educativo de quien la escucha. Hoy en día, los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que permiten mantener en continua comunicación los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional.

El propósito del presente estudio gira en torno al estudio de caso donde se va analizar la forma en que una propuesta radial puede contribuir a mejorar la comunicación intrafamiliar con hijos adolescentes. En la actualidad es fácil visualizar que la gran mayoría de familias tienen una radio en casa y por consiguiente existe una gran mayoría de seres que están expuestos a este medio y sus influencias, ya sean positivas o negativas.

Por otro lado, el rol de la radio fue y es importante en el desarrollo de las sociedades, en especial de los países en vías de desarrollo, eso menciona (Rodríguez, 2020). No se puede asegurar que la radio va a mejorar la relación entre familias, pero si trata mediante su contenido y programas adecuados, aconsejar e orientar a quienes escuchan, para esto es importante una buena preparación y saber llegar a su público.

La prospectiva es fundamental en esta investigación, pues se basa en querer constatar la existencia de programas radiales sobre unión familiar en las emisoras más escuchadas de la provincia y sobre todo determinar la percepción de los habitantes sobre la contribución de un programa radial dedicado a mejorar la comunicación y las relaciones de pareja y familias.

1.6. Objeto de estudio

En este espacio se dará a conocer temas relacionados a mejorar la relación de parejas y familiares, el objetivo es concientizar a las familias ecuatorianas acerca de la unión y amor de familia. Logrando que el público en general se informe y participe abiertamente en el programa, en el espacio se aconsejara mediante opiniones de expertos lo bueno y malo de la convivencia familiar.

Este segmento tendrá una duración de 60 minutos, se manejará mediante un guion de 3 segmentos de 15 minutos cada uno, su contenido será informativo, cultural, de entretenimiento, sintonía de entrada y salida con música acorde. Su presentación será en radio abierta y por medio de las redes sociales, innovando diariamente para que exista esa conexión con nuestro principal objetivo que son las parejas y las familias de la ciudad de Machala.

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO DEL OBJETO DE ESTUDIO

2.1. La radio y su concepción teórica

La radio desde su invención ha logrado no solo ser un medio de comunicación que conecta a las masas, primero a través de transistores, receptores en los hogares del mundo y en la actualidad por medio del uso de aplicaciones celular de diversa índole (Carias et al., 2021).

Actualmente, han ido variando las formas de difusión y los alcances de la radio y hoy no depende solamente de las ondas hertzianas. Internet y los medios digitales han reconfigurado el rol de la radio, manteniendo la esencia del lenguaje radiofónico (p. 364). Esto indica que las radio estaciones poseen un poder y vínculo con la población que el ser humano en cada una de sus invenciones ha tratado vincular desde siempre en cada avance tecnológico que ha dado, con ella queda demostrado que la radio no solo es un medio, sino un vínculo con la sociedad y sus vivencias.

No debemos olvidar que la radio no solo es un más media como membrete, al contrario, la radio al ser un medio masivo de comunicación, ha gozado de gran impacto en la población, siendo uno de los más consumidos en el mundo entero. El éxito de la radio se debe a que llega a todos los segmentos de la población y no requiere a diferencia de la televisión de un equipo costoso para ser sintonizado por los radioescuchas.

En este caso al existir diferentes sectores de la población con diverso estrato social, la radio tiene la posibilidad de ser la compañía informativa que muchos requieren, sin miramientos pues llega a las zonas más alejadas de la población con su voz. Según Rodero y Blanco (2020), “lo que es más importante es que la radio llega donde otros medios no pueden hacerlo, por ejemplo, a zonas deprimidas, locales o rurales” (p.196). En este caso

la radio llega a constituirse en el medio idóneo para trabajar sin excusa alguna, en programación educativa - formativa de alto impacto en la población.

Además, la radio siempre ha estado presente, para informar, entretener y educar, como parte de sus elementos básicos en la programación diaria y más aún ha estado presente en los momentos de crisis de la humanidad, como un nexo con la sociedad. Para Canavildhas (2020), “gracias a sus características y a la confianza que genera, el medio radiofónico ha tenido un papel protagonista y ha acompañado a los ciudadanos en los momentos más difíciles” (p.195). En este caso la diferencia a diferencia de los demás medios ha compartido hasta la fecha un sitio preferencial en la población, que tradicionalmente le ha dado un sitio especial, no solo para escuchar su voz sino además para educarse.

Eso indica que la radio es más que un medio es, en el caso de los comunicadores, la oportunidad de crear, productos asequibles que estén a disposición del colectivo social, tomando en cuenta su realidad en todo momento, ello incluye, los problemas, desafíos y retos que se le presentan al ser humano en la actualidad.

2.2. Programación radial

Los medios en la sociedad son indiscutiblemente importantes, al punto que si vínculo entre ellos y la sociedad pues desde su invención, cada uno de estos ha logrado tener un sitio especial ello incluye a la radio que no se apartado de la vida cotidiana del ser humano. De acuerdo con Wert y Legorburu (2021), “en la sociedad moderna es incuestionable la importancia de los medios de comunicación masiva: la televisión, el cine, la radio, la prensa, e Internet, y es que desempeñan un papel relevante en la construcción de los imaginarios sociales” (p.417). Incluso con la llegada de nuevos medios, la radio no ha perdido su vigencia, ello incluye a su programación dentro del gusto del colectivo social.

Cuando aluden a una emisora radial no pocas personas piensan en un edificio con un sinnúmero de sets de grabación, lleno de micrófonos y alfombras... y coincide que, muchos de esos aditamentos acompañan el imaginario social.

Los elementos donde se crea la programación radial, en la práctica son tan sencillos, pero eso no significa que el producto final así lo sea. Por eso es importante tener en cuenta la expectativa que poseen los radioescuchas con las programaciones, pues no esperan, menos ni del medio ni del contenido.

Pero ¿Qué sucede cuando la programación no cumple con su cometido? En este caso las radios tradicionales han logrado apegarse a la programación clásica, hasta el punto que buscan no saltarse este renglón, por temor a que el público tradicional los abandone, pero mientras ello ocurre la radio deja de lado a las nuevas generaciones. Según García y Berdón (2021), “Existe un total alejamiento entre la programación que presentan las emisoras tradicionales y los gustos de los jóvenes. Como consecuencia de ello, la relación jóvenes y radio se ve mermada” (p. 172). En ese sentido no basta con crear programas solamente, sino en que los programas no dejen de lado a las audiencias más jóvenes. Es bien sabido que en la práctica cada programa tiene un público objetivo, pero eso no significa que la radio debe aferrarse a seguir creando programación clásica y no actualizar por ese motivo su parrilla de programación.

2.3. Comunicación radial

La comunicación radial desde sus inicios estuvo vinculada a la facilidad con la que su mensaje llegaba a las masas, las cuales la integraron a sus actividades cotidianas. “Uno de los potenciales más importantes de la radio es su capacidad para acompañar a las personas y el sentimiento de cercanía que sienten hacia el medio” (Rodero, 2020, p. 3). Este proceso de vinculación, entre la radio y los emisores, ha seguido fortaleciéndose con el paso del tiempo y con ello la confianza en el medio.

Este vínculo, se logra establecer además por la sencillez que tiene el medio desde sus inicios con sus radioescuchas. “La radio se concibe, por tanto, como un medio muy personal, que te habla directamente” (Rodero, 2020, p. 4). Muchas veces esto llega a crear un vínculo comunicativo sino solo a la radio como medio junto con ello se da el sentimiento de proximidad que el locutor establece con la audiencia debido a la forma personalizada de hablar con la misma dentro de las programaciones.

Pero como nada es estático, la tecnología logra establecer nuevos niveles de “conexión” superando las distancias establecidas por el ser humano, logrando superar la barrera física para afianzarse a nivel digital. “El progreso tecnológico, rápido y continuo, ha producido una digitalización del planeta y una articulación en redes cada vez más extensas alrededor del mundo” (Soler y López, 2021, p. 214). Es en este caso que la comunicación radial rompe el tiempo y el espacio para estar presente en la era de la inmediatez.

Una vez que la radio sale de su entorno habitual y pasa a la digital ocurre el fenómeno conocido como “radiomorfosis”, que se refiere a la transformación que la radio recibe a nivel digital al estar a escala mundial, para de esta manera ser parte de un creciente protagonismo dentro de la ecología de medios (Piñeiro y Pedrero, 2022). Este tipo de cambios genera un impacto dentro de la comunicación radial, producción, formatos, medios soportes y tecnología de difusión, que le permite con el tiempo mediante la web alojar su programación, sin dejar de lado su factor fundamental, el uso de la palabra de forma clara y precisa dentro de la construcción de sus contenidos, construyéndose de esta forma una nueva comunicación radial.

2.4. Radio Digital

El cambio sistemático de la tecnología ha logrado que la radio se integre a otros tipos de entornos digitales en los cuales a un inicio era exclusivo para la telefonía, al final integró

dentro de su sistema además a las emisoras en su versión digital, dejando atrás su esquema análogo.

La aceleración en la migración del sistema mediático al entorno digital y el empleo masivo de los *Smartphone* como dispositivos dominantes de acceso a la información y el entretenimiento han impuesto una progresiva e irreversible transformación sobre el funcionamiento de las industrias culturales (Pérez et al., 2018, p. 92).

Esto implica que la radio ha migrado de entorno para con ello, buscar difundir sus productos en otros espacios, dispositivos, aplicaciones sin estar anclada exclusivamente al antiguo receptor. “Próxima a cumplir su primer siglo la radio se halla sumida en pleno proceso de transición a un paradigma insólito en el que ya no mantiene el monopolio en la creación y distribución del audio” (Pérez et al., 2018, p. 92). En ese sentido la radio busca en la actualidad consolidarse en el ciberespacio, debido a que en la actualidad los nuevos productos e iniciativas radiales, ya no se crean exclusivamente en una cabina de radio, ahora basta con tener los aditamentos correctos para producirlos.

A pesar de ello la radio sigue siendo uno de los medios por excelencia, debido a su portabilidad o facilidad con la que logra llegar a las masas. Con respecto a la recepción, la radio tiene un gran alcance popular, a pesar que la tecnología ha generado un gran impacto sobre la sociedad, este medio de comunicación, sigue siendo el preferido por las personas, logrando ser sintonizada en los diversos horarios y en cualquier lugar (Barquero, 2022, p. 10). La radio hasta la presente posee un gran impacto social, aunque no en el mismo porcentaje de sus orígenes interesantes niveles de audiencia.

2.5. Radio Comercial

La radio comercial es una de las más populares dentro del medio, por ende, su definición también. “Cumplen una función netamente comercial, por ende, son con ánimo de lucro, sus ingresos provienen fundamentalmente de la venta de pauta publicitaria,

arrendamiento de espacios, entre otros” (Zambrano, 2018, p. 109). En ese sentido, las radios comerciales responden a los intereses de la misma índole y buscan generar recursos en todo momento para poder mantener el medio al aire.

Por lo general las radios comerciales son parte de grandes corporaciones o monopolios los cuales concentran su poder mediático dentro de un mismo rubro e intentan mediante programación genérica obtener sus ingresos muchas veces a costa de crear una programación de calidad.

Estos monopolios, comprendieron que la radio comercial debía replantearse, concentrarse en ofrecer innovación de sus contenidos, formatos, narrativas, lenguajes y audiencias; entendieron que para competir tenían que comenzar con la transformación de lo análogo a lo digital y de todo su ecosistema comunicativo, tecnológico, producción informativa y en sus rutinas periodísticas (Zambrano, 2018, p. 109).

Todo indica que la radio comercial debe crear nuevos productos comunicacionales innovadores pensando en su audiencia, más que en su finalidad orientada al lucro. “Deben encontrar formas innovadoras y sostenibles de introducir el valor público en un entorno más competitivo en el que las emisoras comerciales puedan llegar a un público más amplio a través de programas populares y el género de entretenimiento” (Lestón y Mazza, 2021, p. 71). En ese sentido, no basta con tener una programación, sino que esta debe responder al público al que se encuentra destinada, cumpliendo así la misión de informar, orientar y entretener a la audiencia.

2.6. Radio Comunitaria

Las radios comunitarias tienen como parte de su definición el originarse o formar parte de un sector o comunidad como parte de su expresión comunicativa local. Radio comunitaria, radio libre o ciudadana, radios comunales o participativas son diversas acepciones que se dan en diferentes lugares del mundo a un tipo de radio que tiene como

base común la participación activa de las personas y la democratización de la palabra (Darretxe et al., 2021, p.418). Esta democratización de la palabra permite que las personas incluso sin ser o pertenecer algún tipo de élite tenga la posibilidad de ser parte activa dentro del proceso comunicacional de un determinado sector.

Las radios comunitarias son parte de un proceso distinto al de la radio comercial, estas parten del hecho que se identifican con una realidad de índole social, comunitaria, que se identifica con una realidad cercana a la del pueblo. “Las radios comunitarias surgen como propuestas alternativas a través de proyectos en territorios locales, que por lo regular se articulan a redes más amplias de organización” (Güemes, 2021, p. 76). En este caso estas radios responden a sus realidades y partiendo de ellas crean su contenido a la medida.

Además, la radio comunitaria al ser sin ánimo de lucro, tiene la posibilidad de ser accesible con el público de la comunidad a la que representa, permitiendo además financiar su programación por medio del pautaaje publicitario. “Su orientación social, sin ánimo de lucro, ha marcado la diferencia respecto a los medios privados, con mayores facilidades para la obtención de financiación, fundamentalmente, a través de la publicidad” (Tornay, 2018, p. 140). En ese sentido, hasta la presente sigue siendo todo un desafío lograr que la radio comunitaria logre ser solvente.

La solvencia económica no ha sido su pilar fundamental, pues la mayoría de las radios de índole comunitario dependen de un financiamiento externo, que ha dependido por muchos años por actores económicos como la iglesia católica hasta las fundaciones y ONG” (Tornay, 2018). Así la radio comunitaria a pesar de que atiende las necesidades comunicacionales prioritarias de un determinado sector, logrando ser un medio eficaz en su comunicación con programación dedicada a su comunidad o que la comunidad requiere, pero este tipo de emisoras, se convierte en todo un reto mantenerlas económicamente.

2.7. La radio y las TICs

En la actualidad la radio no es ajena a los avances tecnológicos los cuales han permitido, que la radio salga de la estancia de la casa para llegar a estar más cerca de sus consumidores, sin importar la situación geográfica en que se encuentran y todo gracias a la tecnología. “La idea de la “*Aldea Global*” es concebida como un mundo sin barreras donde las consecuencias socioculturales de la comunicación han ido creciendo poco a poco y donde todo se transmite en cuestión de segundos” (Arribas et al., 2018, p. 1400).

En ese sentido la radio ha logrado migrar junto con su audiencia gracias a las Tics.

Pero que haya migrado no significa que la radio como tal ha llevado un cambio notable dentro de su parrilla de programación, pues sigue regurgitando muchas veces formatos caducos y valiéndose de estos como guía, mientras se resiste al cambio.

“Está obligada a hacerlo sin demora, adaptándose a los nuevos hábitos de consumo de los usuarios, entendiéndolos y cubriendo sus expectativas, de tal forma que nuevas generaciones de oyentes se incorporen al consumo radio” (Arribas et al., 2018, p. 1401).

En este caso la radio dentro de las Tics debe estar pensada para las nuevas audiencias, las cuales son fieles consumidores de todo aquello que la tecnología le provee y facilita su vida.

Con la llegada de las Tics, las fronteras territoriales, sonoras, como tradicionales son cosa del pasado, pues las emisoras se han ido incorporando a las redes sociales, sin dejar de lado a YouTube, y SoundCloud, de esta forma el entorno digital ha logrado perennizar la voz, para que esta sea escuchada fuera de los horarios establecidos en las parrillas de programación, adaptando de esta forma a la radio sino a la forma de crear su contenido.

2.8. Programa radial

La programación radial tiene la posibilidad de conectar a la audiencia con el estilo de programación que tiene la estación para ofrecer dentro de su parrilla de programación. De

forma clásica la radio en sus frecuencias en A.M (Amplitud Modulada) logra en su tiempo captar la atención promocionando la música autóctona en el caso de Ecuador.

Es importante destacar que las emisoras AM cumplieron un rol fundamental, no solo en la difusión de música popular ecuatoriana, sino también en su preservación; géneros como el pasillo, el pasacalle y el albazo eran relegados por otros provenientes de países latinoamericanos y por estilos musicales originarios del mundo anglosajón o europeo. (Freire y Andrade, 2021, p. 9)

Esto indica que la programación radial desde sus inicios permitía la creación de programación no sólo acorde a los tiempos sino a la necesidad de los radioescuchas.

Históricamente la Radio ha logrado ser prácticamente imbatible al momento de reinventar sus dinámicas radiales, incluso a mitad del siglo XX se evidenció con la llegada de la Tv y el surgimiento de la Radio en FM (Frecuencia Modulada) su señal estereofónica, llegó a cambiar la forma de cómo escuchábamos los programas radiales (Pedrero et al., 2022).

Con la llegada de la tecnología la programación se verá forzada a salir de la parrilla de programación para adaptarse a las nuevas demandas de consumo que no se encontraban atrapadas en la radio convencional. “A ello se añade la popularización del audio digital bajo demanda para acceder a programas ya emitidos, que ha potenciado el consumo offline y amplificado el impacto de la web” (Pedrero et al., 2022, p. 368). En ese sentido, la programación radial ha dado un gran salto logrando más que trabajar a medida del consumidor, a efectuarlo con libertad creativa.

2.9. La radio educativa

Una de las cuestiones que debemos tener presente es que la radio no solo ha trabajado con programas a la medida o formatos más preferentes, en su momento también se habló del aporte de la radio educativa. “Siempre tuvo la radio educativa el propósito de

acompañar el aprendizaje de los estudiantes y, de forma especial, facilitar recursos educativos a aquellos más alejados de las zonas urbanas y con dificultades de acceso al bien de la educación” (García, 2022, p. 14). La radio educativa en ese aspecto ayudaba a sectores en los cuales en su tiempo no tenían acceso a los procesos educativos.

La radio educativa se justifica a partir de los altos índices de deserción escolar, debido a las dificultades de acceso a las escuelas y a las grandes distancias entre las poblaciones y los recintos educativos, siendo entonces una alternativa para proseguir los estudios (Carias et al., 2021, p. 98).

En muchos casos la educación a distancia permitió en su momento que se salvaran grandes distancias y que se integren a estos espacios el conocimiento. En los países desarrollados, gracias a la digitalización, la radio ha contribuido a la mejora de los aprendizajes en los estudiantes, los cuales pueden acceder en cualquier instante a contenidos formativos los cuales emplean el sonido para estimular la imaginación, y mediante la escucha mejoran la expresión oral (García, 2022).

“Desde el nacimiento de la primera radio educativa de América Latina, en 1947, con Radio Sutatenza, en Colombia, y hasta nuestros días, la radio participó en numerosas experiencias emancipatorias y de alfabetización como en Cuba y Nicaragua” (Gabay y Cattaneo, 2020, p.7). Pero una cosa es la radio de índole educativa o que nació con ese propósito y otra que las radios de índole comercial quieran hacer programas de esa naturaleza o también conocidos como programas educativos.

2.10. Programas educativos

La radio, aunque desde sus inicios no comienza su vida social, como un medio de índole educativo, no significa que no posee dicha cualidad. “Las posibilidades de la radio como plataforma para la educación, la transmisión de conocimientos o la divulgación científica

han sido tradicionalmente olvidadas” (Calderón et al., 2019, p. 17). En este caso no se le ha sacado provecho a este medio como tal, si se trata de vincularlo con la educación.

La persona humana y la sociedad que constituye no tendrán conocimiento de ello si es que los medios de comunicación, la radio y la televisión, principalmente, no cumplen con sus funciones principales, tales como informar y formar y no sólo informar y entretener (Calderón et al., 2019, p. 17).

Esto indica que los medios, incluida la radio deben poseer finalidades mucho más profundas y que estas superen en la práctica a su afán por tan solo informar y entretener.

La divulgación científica no debe detenerse en la mera transmisión de la ciencia y la tecnología, sino que ha de hacerlo con la máxima vocación democratizadora, de tal manera que su difusión se realice entre el mayor número posible de ciudadanos. En el caso de la radio es parte de las responsabilidades adquiridas con el colectivo social y a su vez a nivel cultural.

2.11. Programas radiales familiares

Previo a tratar el tema de programas familiares es importante puntualizar, que los contenidos creados dentro de la índole comercial, desde el inicio no fueron diseñados para educar, sino para ser parte del entretenimiento, por ello por ello este tipo de programación debe cambiar. “Se deben transformar los contenidos comerciales para concientizar y evolucionar ese mensaje que las emisoras comerciales propagan” (Ramírez y Cardozo, 2021, p. 400). En el caso de esta evolución debe de plantearse dentro de los programas de índole familiar, mismos que deben ser parte central de la programación diaria y no parte de su contenido como producto radial de “relleno”.

¿Pero es suficiente con el cambio de contenido? la respuesta es no, pues no se trata de una buena intención sino de ver más allá de ello. “No basta sólo con cambiar los contenidos, también deben realizar una labor social en la comunidad donde el medio se

propaga y plantear soluciones desde el ámbito de la comunicación” (Ramírez y Cardozo, 2021, p. 400). Por ello es vital que el quehacer radial no esté plagado de buenas intenciones, sino de buenos programas que aporten a la colectividad.

En este sentido, (la radio es el medio que mayor fuerza educativa y el de mayor capacidad de integración curricular tiene, especialmente si se tiene en cuenta su accesibilidad y las posibilidades de trabajo colaborativo y auto aprendizaje que ofrece (Lazo et al., 2020, p. 148). Esto indica que la radio es el medio idóneo para poder integrar la educación y pueda contribuir al entorno familiar de forma positiva.

CAPÍTULO III

PROCESO METODOLOGICO

3.1. Metodología cualitativa

La metodología cualitativa permite hacer un análisis profundo sobre las realidades sociales las cuales proporcionan información de suma importancia desde una perspectiva global, visualizando con claridad los diferentes escenarios o contextos que se van a analizar. Uno de los rasgos más particulares, es que, al utilizar este método, se puede identificar la naturaleza de un fenómeno, sobre todo si es social, lo que conlleva a estudiar de manera más clara y veraz a los sujetos clave.

A raíz de aquello, para esta investigación se ha elegido este método con el fin de describir las cualidades del objeto de estudio, realizando entrevistas a profesionales en el área de comunicación, con el principal enfoque de obtener información de experiencias y percepciones, analizando la forma en que una propuesta radial puede contribuir a mejorar la comunicación en las relaciones de pareja y familiares.

3.2. Proceso de recolección de datos de la investigación

Para este estudio de caso se buscará recolectar información mediante entrevistas a profesionales en radio, los cuales son aquellos que han trabajado y trabajan en medios de radiodifusión, conocen acerca de programas educomunicacionales que conectan con el público y realizan contenidos de carácter familiar en reconocidas radios de la ciudad de Machala.

Se definió a los periodistas en radio para saber cómo se crean los programas familiares y cuál es su aporte en las familias que los escuchan, sin dejar de preguntarles cuáles son los objetivos que ellos manejan o los representa cómo locutores de radio, con esto sabremos si lo que se plantearon desde un comienzo han ido reflejando a las personas.

Los entrevistados son profesionales en el área comunicacional, han sido escogidos por su larga trayectoria en radiodifusión, y de acuerdo con esto, conocer según su experiencia la importancia de la contribución de la radio para mejorar la comunicación intrafamiliar.

3.3. Entrevista

La entrevista es una de las herramientas más utilizadas durante una investigación, con esta se logrará reunir opiniones, vivencias y las perspectiva del entrevistado, “La entrevista tiene como rol estratégico invitar a la conversación, generar un espacio de intimidad y confianza y, en asumir que la persona entrevistada es experta en el tema de interés porque la información que relata ha sido experimentada e interpretada personalmente” (Sordini, 2019).

“La entrevista es la vía de indagación del nivel empírico, de carácter administrado, mediante el empleo de una comunicación interpersonal con uno o un conjunto de sujetos, con el fin de conocer, a partir de un objetivo, mediante un cuestionario o una guía de aspectos, sus opiniones o criterios, acerca de las causas, las consecuencias, las posibles soluciones y los responsables directos e indirectos, del problema investigado” (Feria, Matilla, Matecón, 2020, p. 72). (Sordini, 2019).

Este recurso es una guía para el entrevistador, debido a que él puede explicar el propósito del estudio y especificar la información que necesita, y así asegurar mejores respuestas, al aclarar preguntas o dudas, si hubiera una interpretación errónea.

3.4. Plan de Acción

A continuación, se detallan datos básicos del programa radial propuesto.

3.4.1. Nombre del programa

Sera un programa matinal llamado “Hablando de familia”. El programa Hablando de familia es una intervención audiovisual de capacitación en habilidades de crianza y relación familiar encaminada a promover la salud y el bienestar de las familias y prevenir

conductas de riesgo. En respuesta al incremento de conductas de riesgo a edades cada vez más tempranas.

Este programa se dirige a los ciudadanos de la ciudad de Machala y partes interesadas como jóvenes que estén escuchando el programa, con objeto de ayudarlos a mejorar los procesos de planificación, unión y amor de familia.

3.4.2. Descripción del programa

Es un programa radial audiovisual el cual será transmitido por radio y la red social de Facebook, con un horario matinal limitado de 40 minutos, transmitido los días lunes, miércoles y viernes, con su contenido informativo, educativo y cultural.

A su vez el programa será conducido por un presentador o presentadora que se maneje de manera espontánea y capaz a la vez, se invitará a profesionales en el área de salud, con los que se hablarán de temas sociales y psicológicos. Incluyendo a esto un manejo de entrada y salida musical acorde al programa.

3.4.3. Identidad Visual

Figura 1.

Banner publicitario



Fuente: elaboración propia.

En el programa radial “hablando de familia” se realizó una campaña publicitaria en la red social de Facebook, mediante mi perfil personal (Nicolle Andrea) y en el perfil de la radio donde se iba a llevar a cabo el programa en vivo, en este caso Radio fiesta 1.060am nos abrió sus puertas y se transmitió el programa.

3.4.4. Descripción del público objetivo

Este programa va dirigido a las familias machaleñas, identificándose mayormente con una audiencia masculina y femenina generalmente mayores de 35 años.

3.4.5. Propuesta de guion piloto

A continuación se detalla la propuesta que dura 45 minutos en el programa piloto.

08:00 Bienvenida al programa		
001 Control	1 MINUTO	CORTINA Música del programa Fundir con voz del locutor
002 Locutor 1	3 MINUTOS	PRESENTA EL PROGRAMA: Saluda: Buenas tardes con todos los que nos escuchan en esta mañana, estamos felices de recibir este nuevo día junto a todos los que nos ven y nos escuchan. Esto es “Hablando de familia”. PRESENTA TEMAS DEL DÍA: ¿Cómo saber si se está llevando una buena crianza de los hijos? Hijos a temprana edad (Socializa).
003 Locutor 1	3 MINUTO	PRESENTACION DE INVITADO: Tenemos junto a nosotros al Psicólogo Clínico Carlos SichiQUI, junto a él vamos a conversar de estos temas tan importantes que contribuyen con la salud mental y el bienestar de las familias machaleñas. A su vez le agradezco de ante mano el poder estar aquí en el programa aportando con consejos y conocimientos en estos temas tan importantes para la sociedad.
004 Invitado 1	10 MINUTOS	¿Cómo saber si se está llevando una buena crianza de los hijos?
005 Control	1 MINUTO	LLAMADA DEL PÚBLICO Habla con nosotros de experiencias con temas relacionados. Interviene Locutor.
006 Control	3 MINUTOS	Tema musical
007 Locutor 1	1 MINUTO	Muchas gracias, estimado Carlos por su valiosa aportación en este día, esperamos contar con su presencia nuevamente para conversar de nuevos temas intrafamiliares.

008 Locutor 1	10 MINUTOS	Seguimos con el segundo tema importante de este día, ahora hablaremos de “hijos a temprana edad” para ello tengo citado la frase de un libro de relación familiar “ECOS DEL CORAZON” narrado por el escritor mexicano LUIS JORGE BOONE que nos dice “No te confundas, tu juventud es bella, no la llenes de problemas, evítalos”. La revista Plan internacional habla en una de sus páginas acerca del embarazo adolescente y menciona: El embarazo adolescente o embarazo precoz se produce cuando ni su cuerpo ni su mente están preparados para ello; entre la adolescencia inicial o pubertad –comienzo de la edad fértil– y el final de la adolescencia, que la OMS establece en los 19 años. La mayoría de los embarazos en adolescentes son embarazos no planificados y no deseados. En estas edades, el embarazo puede ser producto de violencia física, simbólica, psicológica y económica. El riesgo de morir por causas relacionadas al embarazo, parto y postparto se duplica si las niñas quedan embarazadas antes de los 15 años de edad.
009 Control	3 minutos	Tema musical
010	5 minutos	Socialización
011	5 minutos	Despedida del programa Es así como nos despedimos de nuestro público, esperando que con él programa de hoy, hayamos aprendido la importancia de hablar de estos temas con nuestra familia, especialmente con nuestros hijos. Gracias por acompañarnos, que tengan un maravilloso día y que Dios los bendiga grandemente, pueden contactarnos a los números de contacto y sugerirnos temas familiares los cuales les interesaría que hablemos aquí en el programa. Se despide, Nicole Alvarado, esto fue Hablando de Familias.

Fuente: elaboración propia.

3.4.6. Cronograma del programa propuesto

En la tabla posterior se detalla las actividades cumplidas con sus respectivas fechas de ejecución.

Actividad	Enero				
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
1°-Semana 16/01/23 al 20/01/23	X planificación		X planificación		X planificación
2°-Semana 23/01/23 al 27/01/27	X Entrevistas		X Entrevistas		X Entrevistas
Actividad	Febrero				
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
3°-Semana 30/01/23 al 03/02/23	X Guion		X Guion		X Guion
4°-Semana 06/02/23 al 10/02/23	X Planificación		X Planificación		X Planificación
05°-Semana 13/02/23 al 17/02/23	X Grabación de programa		X Grabación de programa		X Grabación de programa

Fuente: elaboración propia.

3.4.7. Presupuesto asignado

En la tabla siguiente se detalla los insumos, sus unidades y su costo a fin de ejecutar el programa radial.

Insumos	Descripción	Precio por unidad	Precio final
Micrófono	2	70,99	141,98
Consola	1	151,19	151,19
Cable para micrófono	2	67,31	134,62
Filtro de ruido	1	25,00	25,00
Computadora	1	429,99	429,99
Pendrive	2	12,00	24,00
Conexión a Internet	1	25,00	25,00
Programa de edición	1	120,00	120,00
Cámara	1	113,39	113,39
DJ	1	25,00	25,00
Total			1.190,17

Fuente: elaboración propia.

3.5. Entrevista a expertos

Para estas entrevistas a Profesionales en el ámbito comunicacional de radiodifusión, se tomó en cuenta a Alberto Samaniego Locutor de radio fiesta, Sandra Quituzaca directora de Radio Jubones, John Ochoa licenciado de Comunicación Social, Manuel Orellana Locutor.

Nombre	Profesión	Lugar de trabajo	Años de experiencia
Alberto Samaniego	Licenciado en Comunicación Social y abogado.	Radio fiesta 1.060AM Y ECU911	17 años
Sandra Quituzaca	Licenciada, Magister en comunicación social.	Directora radio Jubones 91.9FM	12 años
John Ochoa Ordoñez	Licenciado en comunicación social.	Radio Superior 92.7FM	25 años
Manuel Orellana	Licenciado en comunicación social.	Radio Superior 92.7FM	9 años

Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

4.1. Resultados de entrevistas a periodistas que hacen radio

4.1.1. Entrevista a Alberto Samaniego

- **A su criterio ¿Qué impacto tienen los programas radiales de índole familiar, frente a los programas de tipo comercial?** En mi opinión, los dos generan un impacto diferente, cuando se trata de familia, debes cuidar de que temas hablar e igualmente con público seleccionado porque en la actualidad no todos quieren escuchar un tema de familia, lamentablemente es así. Por otro lado, los programas de tipo comercial venden más, por la sencilla razón de que los programas comerciales son los que la gente escucha, porque es extrovertida, hablas abiertamente de cualquier tema, ojo, cuidando siempre la ética profesional, pero te da más libertad de expresión.
- **¿Tiene usted conocimiento de algún tipo de programa informativo-educativo de índole familiar?** Claro que sí, en Radio fiesta 1.060AM ofrecemos una programación variada para todas las familias machaleñas, tenemos el programa llamado “mundo informativo” donde hablamos acerca de todos estos temas familiares acerca de violencia intrafamiliar y muchos más.
- **¿Cuál es la contribución de los programas radiales dedicados a mejorar la comunicación intrafamiliar?** Yo considero que formar valores, ya que es una tarea que debe llevarse de manera constante en el diario vivir de nuestra gente. Educar a la sociedad en valores es más que ser moralistas, es ayudar, enseñar a través del uso de los medios masivos de comunicación, en este caso la radio; a que las personas puedan incorporar estas prácticas axiológicas en su vida y de esta

forma se pueda dar paso al cumplimiento de derechos y responsabilidades que poseemos como seres humanos.

- **¿Qué temas contribuyen a mejorar las relaciones referentes a parejas y familias?** Te mencionó tres temas: la comunicación, la responsabilidad y la intimidad.
- **¿Por qué este tipo de producciones no son comunes en las estaciones radiales?** Porque como lo mencione al principio, estos temas lamentablemente no venden, son temas muy importantes para la sociedad, pero a la gente ya no les interesa porque prefieren estar todo el día con su celular en la mano y no sentarse un momento a escuchar radio y reflexionar acerca de su vida y de sus problemas familiares.
- **De existir un proyecto radial dedicado al mejoramiento de la comunicación en las relaciones de pareja, ¿Cuál cree usted que sería la aceptación del público?** Creo que depende mucho de la publicidad que le metas al asunto, porque si la gente no sabe de tu programa, pues nadie te va a escuchar, por otro lado, depende también de la persona que está detrás del micrófono, si es una persona que sabe del tema y sobre todo sabe cómo llegar al público fácilmente puede ver buenos resultados en los primeros meses, pero si es todo lo contrario, pues lamentablemente nadie lo va a escuchar.
- **Si usted fuera productor de un programa de similares características ¿Qué contenidos usted incluiría?** Si yo fuera productor incluiría los temas que están siendo el boom en este momento, hablaría de feminicidio nacional e internacional, hablaría de porque surgen las separaciones, problemas de manutención, migración y muchos temas más que ahora no recuerdo.

4.1.2. Entrevista a Sandra Quituizaca

- **A su criterio ¿Qué impacto tienen los programas radiales de índole familiar, frente a los programas de tipo comercial?** Respondiendo a su pregunta los dos tipos de programa tienen diferencias, por lo que se manejan de forma distinta, los programas familiares son más pedagógicos, de reflexión, educativos, por otro lado los programas comerciales, nos muestran jocosidad, son extrovertidos y se puede hablar abiertamente de cualquier tema.
- **¿Tiene usted conocimiento de algún tipo de programa informativo-educativo de índole familiar?** Realmente en este momento no se me viene ningún programa informativo-educativo a la mente, pero de que debe existir eso sí, porque jamás se debe dejar de lado lo que enseña, lo que ayuda, lo que es verdaderamente importante para nuestra sociedad.
- **¿Cuál es la contribución de los programas radiales dedicados a mejorar la comunicación intrafamiliar?** La contribución es grande, no debemos dejar de lado este tema porque hay que recordar que este tipo de programas ayudan a que las familias escuchen y mediante consejos o experiencias lleven una buena comunicación en la vida familiar, en este tipo de programas son los que provocan beneficios que se traducen en la estabilidad del desarrollo de las relaciones de sus integrantes. Recordemos que tener una comunicación asertiva en casa fortalece las relaciones familiares y se ve reflejada en vínculos sanos, afecto, respeto y cariño. Si el objetivo es ese, pues tienen todo mi apoyo.
- **¿Qué temas contribuyen a mejorar las relaciones referentes a parejas y familias?** Considero que debe ser importante hablar de temas relacionados con la vida, con la salud, con el amor, por ejemplo, el diálogo, el saber solucionar problemas como familia, incluir mensajes positivos que lleven a la reflexión a

familias conformada por padre, madre e hijos, actividades divertidas en familia, comidas, temas de como criar a nuestros niños que son el futuro de la vida, hablar acerca del perdón, el respeto, la naturaleza y muchos temas que nos ayudan con un buen desarrollo familiar.

- **¿Por qué este tipo de producciones no son comunes en las estaciones radiales?**

Porque, sinceramente la gente no los escucha, son pocas las personas que ahora les interesa estos temas, ellos prefieren hablar de futbol, de música, de moda, de saber cuál es la mejor disco para ir a bailar, etc. Dejan de lado los temas familiares, por eso cada día las noticias son peores, porque ya estamos perdidos como sociedad honestamente.

- **De existir un proyecto radial dedicado al mejoramiento de la comunicación en las relaciones de pareja, ¿Cuál cree usted que sería la aceptación del público?**

Yo como directora de radio, que ya he tenido experiencia en este tipo de programas, debo decir que la aceptación ha sido buena, pero en mis tiempos, en estos momentos que ya tengo 45 años, creo que son poquísimos los que me escucharían. Así que no creo que sea tan buena la aceptación.

- **Si usted fuera productor de un programa de similares características ¿Qué contenidos usted incluiría?** Bueno incluiría contenido cultural, educativo, dramáticos y diario hablado.

4.1.3. Entrevista a John Ochoa Ordoñez

- **A su criterio ¿Qué impacto tienen los programas radiales de índole familiar, frente a los programas de tipo comercial?**

Yo considero que el impacto que causan los programas de índole familiar es saludable, se manejan mediante un tiempo limitado y eso los hace más interesantes frente a la audiencia, deben manejarse con buena sintonía de entrada y salida, porque eso los hará más

llamativos, a diferencia de los programas comerciales que se interesan más por monetizar que por llevar algún mensaje positivo.

- **¿Tiene usted conocimiento de algún tipo de programa informativo-educativo de índole familiar?** Por su puesto, pero lamentablemente son muy escasos los programas de índole informativo-educativo en la provincia, por ejemplo, en radio canela he escuchado ese tipo de contenido, en radio superior que es la radio donde trabajo, ahí educamos con noticia, información y siempre nos preocupamos por mantener entretenida a nuestra audiencia, en otras radios como en radio Machala y en radio génesis.
- **¿Cuál es la contribución de los programas radiales dedicados a mejorar la comunicación intrafamiliar?** Estos programas contribuyen de muchas maneras, con el simple hecho de ser información intrafamiliar ya está contribuyendo de manera positiva, tienen cualidades estimulantes, seguridad, segmentos de la vida real, mucha información. Todo esto con el fin de concientizar a la audiencia, desde allí debemos reconocer que este tipo programas son excelentes.
- **¿Qué temas contribuyen a mejorar las relaciones referentes a parejas y familias?** Actualmente lo que vivimos y escuchamos los periodistas día a día es algo increíble, entre las propias familias existe mucha rivalidad, mucha delincuencia y un sin fin de cosas más. Para hablar de un tema en específico, primero se debe estudiar a la ciudadanía y lo que se está viviendo actualmente, en este caso tenemos mucho contenido en las calles del cual podemos hablar, educación, valores, religión, estudios, todo lo que necesitan saber los padres y los hijos para llevar una bonita relación dentro y fuera de casa.
- **¿Por qué este tipo de producciones no son comunes en las estaciones radiales?** No son comunes porque ya la mayoría de colegas no se interesan por estos temas

familiares, la mayoría de periodistas quieren ser reconocidos por hacer noticia, por narrar deporte, por poner buena música. Dejan de lado estos temas que si son importantes para nuestra sociedad.

- **De existir un proyecto radial dedicado al mejoramiento de la comunicación en las relaciones de pareja, ¿Cuál cree usted que sería la aceptación del público?** Es una excelente idea crear este tipo de programas, con un buen manejo de contenido, buena vocalización y estrategias, la aceptación vendría siendo positiva, en lo personal yo si incluiría un programa informativo-educativo en mi radio.
- **Si usted fuera productor de un programa de similares características ¿Qué contenidos usted incluiría?** En primer lugar: Anécdotas de familias, para conocer qué tipo de problemas familiares vive nuestra audiencia. Espacio de denuncia, por si alguien está pasando por algún maltrato poder escucharlo y poner cartas en el asunto. Y temas de lo más variado que brinde información, consejos, etc.

4.1.4. Entrevista a Manuel Orellana

- **A su criterio ¿Qué impacto tienen los programas radiales de índole familiar, frente a los programas de tipo comercial?** Que son programas informativos, que llaman a la unión familiar, a diferencia de los comerciales que hablan de todo tipo de temas de una forma general.
- **¿Tiene usted conocimiento de algún tipo de programa informativo-educativo de índole familiar?** Si, la radio de la casa de la cultura transmite información educativa, conozco de otro programa que se llama La Tertulia donde hablan de política y familia, en radio estelar también existe el programa de la revista familiar hogar y salud.

- **¿Cuál es la contribución de los programas radiales dedicados a mejorar la comunicación intrafamiliar?** Contribuyen de muchas maneras, a nivel social, cultural, educativo. Recordemos que todos hemos pasado por alguna situación de índole intrafamiliar, y siempre es bueno que exista quien nos dé un consejo. Que mejor que encender la radio y encontrarnos con un programa así, que nos lleve a la reflexión. Por esa razón la contribución de estos programas siempre será positiva a la audiencia.
- **¿Qué temas contribuyen a mejorar las relaciones referentes a parejas y familias?** Los temas que generalmente contribuyen son temas que hablen de la unión familiar, los vicios de familiares a estupefacientes, temas psicológicos, como el maltrato infantil, el maltrato doméstico, el maltrato verbal y físico.
- **¿Por qué este tipo de producciones no son comunes en las estaciones radiales?** No lo sé, tal vez porque no cuentan con mucha audiencia, por lo general es así, cuando un programa no dura mucho al aire o no lo transmiten es por eso.
- **De existir un proyecto radial dedicado al mejoramiento de la comunicación en las relaciones de pareja, ¿Cuál cree usted que sería la aceptación del público?** Debería ser positiva, ningún programa es malo, de acuerdo a como se lo maneje internamente, los resultados siempre suelen ser positivos, aunque ahora en la actualidad siendo sinceros las personas prefieren otro tipo de contenido.
- **Si usted fuera productor de un programa de similares características ¿Qué contenidos usted incluiría?** Temas como Planificación familiar, estrategias de economía para una vida sustentable, cómo corregir el comportamiento de niños y adolescentes, embarazo adolescente, la violencia intrafamiliar.

4.2. Descripción y argumentación teórica de resultados

Los resultados globales de las entrevistas a los cuatros profesionales en radio, quienes fueron el señor Lic. Abg. Alberto Samaniego, Lic. Sandra Quituzaca, Lic. John Ochoa Ordoñez y Lic. Manuel Orellana. Tomando en cuenta los objetivos planteados para esta investigación, determinamos que, mediante todas las preguntas realizadas, se cumplieron de manera positiva a cada uno de ellos y gracias a su aporte mediante opiniones profesionales conseguimos ilustrarnos e ir descubriendo más habilidades que nos ayudan a sobresalir con la creación del programa “hablando de familias”.

Mediante la investigación teórica se reitera que la radio en general se mantiene en constante evolución. Actualmente existen muchos formatos que la obligan a seguir avanzando en este mundo de radiodifusión, aun así sigue ganando terreno siendo baluarte y símbolo comunicador, por ello es uno de los medios más importantes de comunicación y entretenimiento.

Descubrimos que las radios en la ciudad de Machala carecen de programas de índole familiar, en este caso hicimos un estudio en radio superior 92.7fm y en radio fiesta 1.060am. Las dos radios coinciden que están dispuestos a manejar este tipo de contenido porque es un aporte positivo a la audiencia, por el valor pedagógico que tiene para la formación cultural de las personas y aunque en sus espacios no se manejen este tipo de programas no cierran las puertas a que en un futuro se unan a ellos con una propuesta similar.

Se mantiene presente que el programa “hablando de familia” es una iniciativa dirigida a los padres de familia y adolescentes, que desea contribuir mediante la radio con mensajes positivo a la sociedad, durante la grabación del primer programa en vivo se deduce que tuvo una buena aceptación por parte del público, indistinto de las edades que escucharon

el programa, hubieron muchos conectados que nos acompañaron en la transmisión aportando con comentarios y mensajes que nos motivan a seguir con este gran proyecto.

4.3. Ejecución del primer programa en vivo

La grabación del programa en vivo “hablando de familias” se realizó en radio fiesta 1.060AM, en el horario de 09h00am, con una duración de 40 minutos. Antes de la grabación se hizo publicidad en la página oficial de Radio fiesta y en mi perfil personal de Facebook, gracias a ello se obtuvo una excelente respuesta por parte de la audiencia, quien nos acompañó mediante la transmisión en vivo.

El programa tuvo invitados especiales como el psicólogo Carlos Sichi qui, con quien conversamos sobre temas de índole familiar y con ello recibimos la llamada del público quienes se unieron y se identificaron con los temas socializados durante la transmisión, se manejó una musicalización la cual creó un ambiente idóneo de motivación y alegría.

4.4. Resultados de la emisión del primer programa

Figura 2.

Difusión del programa en redes sociales



Fuente: elaboración propia.

La página oficial de Facebook de Radio Fiesta 1.060AM público en su muro el banner de publicidad del programa “Hablando de familia”, llegando así hasta el día 16 de Febrero, fecha en la que se llevó a cabo el programa en vivo, con un alcance de 715 personas las cuales reaccionaron y compartieron la publicidad indicando que era contenido de buena calidad.

Figura 2.

Alcance del programa



El programa en vivo se transmitió por la página oficial de Facebook de Radio Fiesta 1.060AM el día 16 de febrero y tuvo un alcance 145 visualizaciones.

4.5. Conclusiones

La presente investigación se trata de la creación de un programa radial para contribuir a mejorar la comunicación en las relaciones de pareja y familiares. Mediante la metodología de estudio de caso y el contraste de conceptos básicos de las variables y teniendo como referencia la opinión de expertos en el área comunicacional, aquellos que llevan años en el mundo de la radiodifusión, fueron ejes que contribuyeron a lo largo de esta investigación.

Este estudio permitió saber cuál es el verdadero impacto de un programa radial de índole familiar en la audiencia y como han ido evolucionando los programas informativo-educativo en el transcurso de los años. Se ha podido identificar las fortalezas al igual que

las debilidades de este tipo de programas en el mundo radial. Esta investigación nos ayudara a futuros análisis partiendo del impacto que tienen estos programas en la audiencia.

Los profesionales en radio en su mayoría coinciden que este tipo de programas contribuyen de manera positiva en la comunicación intrafamiliar, debido a que muchas familias no saben superar problemas por falta de conocimientos o ya sea por traumas que arrastran desde la niñez y este tipo de contenido maneja temas de ayuda psicológica y psicosocial.

Se ha conseguido identificar que el interés referente a los temas que contribuyen a mejorar la comunicación en relaciones de pareja y familiares no son de alto interés para el público, debido a que en la actualidad las redes sociales se han posicionado como principal eje de comunicación, y en radio existen en su mayoría programas de índole comercial.

4.6. Recomendaciones

Luego de analizar e investigar a profundidad la contribución de los programas radiales que mejoran la comunicación en las relaciones de pareja y familiares, se generan las siguientes recomendaciones:

- Según la investigación realizada existe carencia de programas de índole familiar en las radios de la ciudad de Machala, por lo que se recomienda dar más importancia a este tipo de contenido, el cual puede ayudar mucho a familias que necesiten escuchar consejos profesionales y temas relacionados a la unión familiar.
- Se debe seguir creando contenidos que promuevan hacer el bien ante la sociedad, frente a la ola de problemáticas que ahora se divulgan en las redes, debemos buscar una forma de entretenimiento, mediante contenido informativo-educativo que aporte de forma positiva, concientizando a la audiencia.

- Para que estos programas tengan el impacto necesario se recomienda hacer una conveniente propaganda en redes sociales, crear un fanpage con el nombre del programa y utilizar musicalización adecuada. Debido a que esto demuestra una buena organización, llama a que el público se muestre interesado.

Referencias bibliográficas

- Arribas, R. G., Gutiérrez, F. J. H., Fregoso, M. V., & Arcos, C. A. M. (2018). Estudios sobre el podcast radiofónico: revisión sistemática bibliográfica en WOS y Scopus que denota una escasa producción científica. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 1398-1411. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1313>
- Barquero Cornelio, F. J. (2022). La radio como elemento integrador en el desarrollo social. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5), 4723-4735. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3433
- Calderón, R. F. C., Calderón, W. D. L. C. C., & Quispe, R. J. C. (2019). Percepción ciudadana sobre difusión de la ciencia, tecnología y emprendimientos en radio y televisión de la provincia de Chota-Cajamarca. *TZHOECOEN*, 11(4), 15-24. <https://doi.org/10.26495/rtzh1911.432904>
- Califano, B. (2018). Políticas de comunicación. De sus orígenes a los desafíos de las tecnologías digitales. *Revista mexicana de opinión pública*, (25), 133-150. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.25.63435>
- Canavilhas, J. (2020). La radio en el ecosistema mediático del siglo XXI: estudio de caso en Portugal. *Index.comunicación*, 10(3), 263–281. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Laradi>
- Carias Pérez, F., Hernando Gómez, Á., & Marín-Gutiérrez, I. (2021). La radio educativa como herramienta de alfabetización mediática en contextos de

- interculturalidad. *Revista de Comunicación*, 20(2), 93-112.
<https://dx.doi.org/10.26441/rc20.2-2021-a5>
- Cupul, M. S. (2018). *Percepción de Radio Instituto Campechano en familiares y alumnos de Comunicación*. Campeche: Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Campechano.
- Darretxe-Urrutxi, Leire, Beloki Arizti, Nekane, & Emaldi, Agurtzane. (2021). Claves para la puesta en marcha de un programa de radio comunitaria: análisis de una experiencia. *Revista de estudios y experiencias en educación*, 20(42), 417-439.
<https://dx.doi.org/10.21703/rexe.20212042darretxe24>
- Freire-Soria, C., & Andrade-Bayona, C. (2021). Programación radial de Cuenca-Ecuador en los años sesenta y setenta del siglo XX. *South American Research Journal*, 1(2), 5-12. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5737745>
- Gabay, S. P., & Cattaneo, M. A. (2020). Cuando la radio cumplió 100 años: una reflexión. *Questión*, 66,1-14. <https://doi.org/10.24215/16696581e424>
- García-Aretio, L. (2022). Radio, televisión, audio y vídeo en educación. Funciones y posibilidades, potenciadas por el COVID-19. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 25(1), 09–28. <https://doi.org/10.5944/ried.25.1.31468>
- García-Gil, S. y Berdón-Prieto, P. (2021). El fenómeno José María García: publicidad de radio deportiva española en prensa (1972-1981). *Index.comunicación*, 11(1), 95-122. <https://doi.org/10.33732/ixc/11/01Elfeno>
- Güemes Cruz, A. (2021). La radio en disputa: el concepto de campo en el fenómeno radiofónico en México. *Alteridades*, 31(61), 69-79.
<https://doi.org/10.24275/uam/izt/dcsh/alt/2021v31n61/guemes>

- Hidalgo, M. (2019). *Análisis del discurso radiofónico emitido por el programa Trompas de Falopio transmitido por Radio Canela 106.5 en horario 12:00 A 14:00*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Lestón-Huerta, T., Goyanes, M., & Mazza, B. (2021). ¿Qué Hemos Aprendido sobre la Radiodifusión de Servicio Público en el Mundo? una revisión sistemática de la literatura y sugerencias para investigaciones futuras. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 65–88. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1489>
- Marta Lazo, C., Gómez López, J., Segura Anaya, A. y Ortiz Sobrino, M. Á. (2021). Dos décadas de radio universitaria en España (2000-2020) la reinención del medio como proyecto educativo en un entorno digital. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 54, 145-162. <http://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e684>
- Martínez-Roa, O., & Ortega-Eraza, E. (2018). Perceptions and participation in community radio stations in Nariño-Colombia. *Comunicar*, 54, 81-90. <https://doi.org/10.3916/C54-2018-08>
- Müller, M.J.; Martínez Costa, M.P.; Villar, M. (2019). La expansión del podcast en la radio pública: estudio comparado de Radio Nacional Argentina y Radio Nacional de España. *Hipertext.net*, 20, 55-67, <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i20.05>
- Pedrero-Esteban L. M., Marín-Lladó C. y Martínez-Otón L. (2022). La programación radiofónica en la era del consumo bajo demanda. Evolución de la oferta generalista en España (1999-2020). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(2), 367-377. <https://doi.org/10.5209/esmp.80720>
- Pérez-Alaejos, M. de la P. M., Pedrero-Esteban, L. M., & Leoz-Aizpuru, A. (2018). La oferta nativa de podcast en la radio comercial española: contenidos, géneros y

tendencias. *Fonseca, Journal of Communication*, (17), 91–106.

<https://doi.org/10.14201/fjc20181791106>

Piñeiro-Otero, T., Pedrero-Esteban, L.M. (2022). Audio communication in the face of the renaissance of digital audio. *Profesional de la información*, 31(5).

<https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.07>

Ramirez, J.; Forero Mosquera, Óscar I.; Montano Cardozo, T. M. (2021). Rádio comunitária e seus processos de participação cidadã em Neiva. *Revista de Estudos Universitários-REU*, 27(2), 395–418.

<https://periodicos.uniso.br/reu/article/view/4779>

Rodero Antón, E. (2020). La radio: el medio que mejor se comporta en las crisis. Hábitos de escucha, consumo y percepción de los oyentes de radio durante el confinamiento por el Covid-19. *El profesional de la información*, 29(3)

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.06>

Rodero-Antón, E. y Blanco-Hernández, M. (2020). El papel de la radio en situaciones de crisis. Iniciativas en la pandemia del coronavirus. *Index.comunicación*, 10(3), 193-

213. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Elpape>

Rodríguez, B. (2020). La importancia de la radio en los países de desarrollo. *Ayuda en acción*. [https://ayudaenaccion.org/blog/derechos-humanos/importancia-radio-](https://ayudaenaccion.org/blog/derechos-humanos/importancia-radio-desarrollo/)

[desarrollo/](https://ayudaenaccion.org/blog/derechos-humanos/importancia-radio-desarrollo/)

Sánchez, M. (2018). *Percepción por parte de las familias que participan del Jardín Comunicacional*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.

Soler-Rocha, J. & López-Rivas, O. (2021). Educomunicación y radio escolar en los campos boyacenses. Una perspectiva desde la hermenéutica de Gadamer. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 23(37), 207-231.

<https://doi.org/10.19053/01227238.11663>

- Sordini, M. V. (2018). La entrevista en profundidad en el ámbito de la gestión pública: In-depth Interview in Public Management. *Revista Reflexiones*, 98(1), 75–88.
<https://doi.org/10.15517/rr.v98i1.33083>
- Torres, I. (2019). *La Radio es Más Fuerte que la Espada : La percepción de la eficacia de la radio comunitaria de Familiares y Amigos*. Buenos Aires, Argentina: SIT Study Abroad.
- Tornay-Márquez, M. C. (2018). Creando el derecho a la comunicación desde abajo: radios comunitarias sostenibles en Venezuela, Ecuador y España. *Commons: revista de comunicación y ciudadanía digital*, 7(2), 133-163.
<http://dx.doi.org/10.25267/COMMONS.2018.v7.i2.05>
- Wert Moreno, J.I. y Legorburu Hortelano, J.M. (2021). De Radio 80 a M80 Radio: 36 años de metamorfosis sonora (1982-2018). *Index.comunicación*, 11(2), 209-229.
<https://doi.org/10.33732/ixc/11/02Deradi>
- Zambrano, W. (2018). La radio comercial en Colombia. El nuevo panorama digital de la comunicación y del periodismo. *Signo y Pensamiento*, 37(72), 106-126.
<https://doi.org/10.11144/javeriana.syp37-72.rccn>