

**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO**  
**ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS**  
**CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**



**GÉNEROS Y FORMATOS QUE UTILIZAN CON PREFERENCIA  
EN SUS PROGRAMACIONES LAS RADIOEMISORAS DEL  
MUNICIPIO DE COBIJA, EN LA GESTIÓN 2023**

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Autora:** Univ. Sarahi Abigail Peredo Crespo

**Tutor:** Lic. Lifer Romero Vaca

COBIJA – PANDO – BOLIVIA

2024

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO  
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS  
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

GÉNEROS Y FORMATOS QUE UTILIZAN CON PREFERENCIA  
EN SUS PROGRAMACIONES LAS RADIOEMISORAS DEL MUNICIPIO  
DE COBIJA, EN LA GESTIÓN 2023

Tesis de Grado sometida a consideración de la Universidad Amazónica de Pando, del Área de  
Ciencias Sociales y Humanísticas y la Carrera Ciencias de la Comunicación Social

Requisito para optar al grado académico de:  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social

Por

Univ. Sarahi Abigail Peredo Crespo

Cobija - Pando – Bolivia

Esta Tesis de Grado, ha sido aceptada en su presente forma por la Universidad Amazónica de Pando, la Dirección del Área Ciencias Sociales y Humanísticas y aprobada por el Tribunal.

**FIRMANTES:**

-----  
M.Sc. Miladis Marilia Conde Herrera

**DIRECTORA DEL ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS**

-----  
Lic. Guillermo Jesús Tiñini Zelada

**TRIBUNAL**

-----  
Lic. Carlos Vicente Lahor García

**TRIBUNAL**

-----  
Lic. Gabriela Montero Medrano

**TRIBUNAL**

-----  
Lic. Lifer Romero Vaca

**TUTOR**

-----  
Univ. Sarahi Abigail Peredo Crespo

**POSTULANTE**

## **DEDICATORIA**

Dedicado a mis hijos Anthony Adexes Maciel Peredo y Jharet Antonio Maciel Peredo por ser mi motivación de superación para llegar a la meta soñada y ser quienes me impulsan a siempre seguir adelante.

A mi esposo, Jose Maciel Muñoz, por sus consejos y motivación para continuar en esta etapa académica.

A mi querida casa superior de estudios Universidad Amazónica de Pando, para que a través de esta investigación ayude y sea guía para futuros profesionales en el área.

“Todo lo puedo en Cristo que me fortalece”. Filipenses 4:13

.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darme la fuerza y la sabiduría para continuar toda la etapa para de mi formación profesional.

A mis padres Fernando Jesús Peredo Villarroel y Roxana Patricia Crespo por ser mi pilar fundamental y darme siempre su apoyo moral.

A mis amigos en especial a la Lic. Jhanice Karenine Buitrago Oliveira y Nataly Rollano Lopez por impulsarme a continuar mis estudios académicos y no haber soltado mi mano durante este trayecto.

## ÍNDICE

|                        |      |
|------------------------|------|
| Dedicatoria.....       | ii   |
| Agradecimientos.....   | iii  |
| Índice.....            | iv   |
| Índice de tablas.....  | vi   |
| Lista de anexos.....   | vii  |
| Resumen ejecutivo..... | viii |

## INTRODUCCIÓN

|                                                                       |           |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>CAPÍTULO I.....</b>                                                | <b>3</b>  |
| <b>JUSTIFICACIÓN, PROBLEMA Y OBJETIVOS.....</b>                       | <b>3</b>  |
| 1.1. Antecedentes.....                                                | 3         |
| 1.2. Justificación.....                                               | 5         |
| 1.3. Descripción del problema.....                                    | 7         |
| 1.3.1. Formulación del problema.....                                  | 8         |
| 1.4. Objetivos.....                                                   | 8         |
| 1.4.1. Objetivo general.....                                          | 8         |
| 1.4.2. Objetivos específicos.....                                     | 9         |
| <b>CAPÍTULO II.....</b>                                               | <b>10</b> |
| <b>DISEÑO METODOLÓGICO.....</b>                                       | <b>10</b> |
| 2.1. Tipo de investigación.....                                       | 10        |
| 2.2. Enfoque de la investigación.....                                 | 10        |
| 2.3. Población y muestra.....                                         | 11        |
| 2.4. Fuentes y técnicas de investigación.....                         | 12        |
| 2.4.1. Observación.....                                               | 13        |
| 2.4.2. Entrevista.....                                                | 14        |
| 2.4.3. Revisión documental.....                                       | 15        |
| 2.4.4. Análisis de contenido.....                                     | 16        |
| <b>CAPÍTULO III.....</b>                                              | <b>18</b> |
| <b>MARCO REFERENCIAL.....</b>                                         | <b>18</b> |
| 3.1. Antecedentes teóricos.....                                       | 18        |
| 3.2. Marco legal.....                                                 | 20        |
| 3.2.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia..... | 21        |
| 3.2.2. La radio difusión en la norma jurídica específica.....         | 22        |
| 3.2.3. Derecho internacional.....                                     | 24        |
| 3.3. Marco teórico.....                                               | 25        |

|                                                |                                                                                      |    |
|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.3.1.                                         | La corriente teórica funcionalista.....                                              | 26 |
| 3.3.2.                                         | Comunicación de masas.....                                                           | 27 |
| 3.3.3.                                         | Los medios de comunicación masiva.....                                               | 28 |
| 3.3.3.1.                                       | El funcionalismo en los medios de comunicación masiva.....                           | 30 |
| 3.3.4.                                         | La radiodifusión: su historia y su actualidad.....                                   | 33 |
| 3.3.5.                                         | Uso y utilidad de la radiodifusión.....                                              | 35 |
| 3.3.5.1.                                       | El funcionalismo y la radiodifusión.....                                             | 37 |
| 3.3.6.                                         | Géneros y formatos que utilizan los medios de comunicación.....                      | 40 |
| 3.3.6.1.                                       | Los géneros en radiodifusión.....                                                    | 41 |
| 3.3.6.2.                                       | Los formatos en radiodifusión y sus funciones.....                                   | 43 |
| 3.3.7.                                         | Programación radial.....                                                             | 44 |
| 3.3.7.1.                                       | Modelos de programación radial.....                                                  | 44 |
| 3.4.                                           | Marco conceptual.....                                                                | 48 |
| 3.4.1.                                         | Funciones.....                                                                       | 48 |
| 3.4.2.                                         | Medio de comunicación.....                                                           | 48 |
| 3.4.3.                                         | Radiodifusión.....                                                                   | 49 |
| 3.4.4.                                         | Audiencia.....                                                                       | 49 |
| <b>CAPÍTULO IV</b>                             | .....                                                                                | 50 |
| <b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> | .....                                                                                | 50 |
| 4.1.                                           | Tipos de programación que emplean las radioemisoras del municipio de Cobija          | 50 |
| 4.2.                                           | Géneros y formatos que utilizan las radios del municipio de Cobija.....              | 59 |
| 4.2.1.                                         | Programas y sus géneros.....                                                         | 59 |
| 4.2.2.                                         | Programas, géneros y formatos.....                                                   | 65 |
| 4.3.                                           | Contenidos que se emiten preferentemente en las radios del municipio de Cobija ..... | 69 |
| <b>Conclusiones</b>                            | .....                                                                                | 74 |
| <b>Recomendaciones</b>                         | .....                                                                                | 76 |
| <b>Referencias bibliográficas</b>              | .....                                                                                | 78 |
| <b>Anexos</b>                                  | .....                                                                                | 81 |

## INDICE DE TABLAS

|                                                                                           | Pag. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Tabla 1    Modelo comunicativo de Harold Lasswell.....                                    | 32   |
| Tabla 2    Funciones de la radiodifusión.....                                             | 38   |
| Tabla 3    Funciones de la radiodifusión y su intencionalidad .....                       | 39   |
| Tabla 4    Géneros radiofónicos.....                                                      | 42   |
| Tabla 5    Formatos radiofónicos.....                                                     | 43   |
| Tabla 6    Modelo radiofónico público de programación.....                                | 45   |
| Tabla 7    Modelo radiofónico privado de programación.....                                | 46   |
| Tabla 8    Modelo radiofónico generalista de programación.....                            | 46   |
| Tabla 9    Modelo radiofónico temático de programación.....                               | 47   |
| Tabla 10    Modelo radiofónico gratuito de programación.....                              | 47   |
| Tabla 11    Programas Radio Perla del Acre.....                                           | 51   |
| Tabla 12    Programas Radio Universitaria.....                                            | 53   |
| Tabla 13    Programas Radio Pando.....                                                    | 55   |
| Tabla 14    Entrevista a periodistas sobre la línea informativa o perfil radiofónico..... | 58   |
| Tabla 15    Programas y géneros de Radio Perla del Acre.....                              | 59   |
| Tabla 16    Frecuencia de los géneros utilizados en Radio Perla del Acre.....             | 61   |
| Tabla 17    Programas y géneros de Radio Universitaria.....                               | 61   |
| Tabla 18    Frecuencia de los géneros utilizados en Radio Universitaria.....              | 62   |
| Tabla 19    Programas y géneros de Radio Pando.....                                       | 63   |
| Tabla 20    Frecuencia de los géneros utilizados en Radio Pando.....                      | 65   |
| Tabla 21    Programas, géneros y formatos de Radio Pera del Acre.....                     | 65   |
| Tabla 22    Programas, géneros y formatos de Radio Universitaria.....                     | 67   |
| Tabla 23    Programas, géneros y formatos de Radio Pando.....                             | 68   |
| Tabla 24    Contenidos preferentes que emite Radio Perla del Acre.....                    | 70   |
| Tabla 25    Contenidos preferentes que emite Radio Universitaria.....                     | 71   |
| Tabla 26    Contenidos preferentes que emite Radio Pando.....                             | 72   |

**LISTA DE ANEXOS**

|         | Pag.                                 |
|---------|--------------------------------------|
| Anexo 1 | Ficha de observación.....            |
| Anexo 2 | Entrevistas.....                     |
| Anexo 3 | Ficha documental.....                |
| Anexo 4 | Matriz de análisis de contenido..... |
| Anexo 5 | Entrevistas realizadas.....          |
| Anexo 6 | Documentación fotográfica.....       |

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación trata sobre los géneros y formatos que utilizan, con preferencia, en sus programaciones las radioemisoras del municipio de Cobija, durante la gestión 2023, delimitando su estudio a tres meses: febrero, marzo y abril; espacio temporal que se consideró apropiado para responder a los objetivos planteados, puesto que como muestra se tomó a tres emisoras: Radio Perla del Acre, Radio Universitaria y Radio Pando, las cuales fueron observadas en su programación diaria.

En este entendido, la recolección de información se la realizó para cumplir con el objetivo principal que estaba dirigido a comprender como son utilizados los géneros y formatos en las programaciones de las radioemisoras del municipio de Cobija, para lo cual se identificaron los tipos de programación que emplean y sus líneas informativas o perfiles radiofónicos, esto, asociado a la clasificación de los géneros y formatos preferentes, así como los contenidos que se emiten con mayor prioridad en estos medios.

Consecuentemente, se obtuvieron resultados reveladores, puesto que se identificó los tipos y modelos de programación que son propios de cada medio radiofónico, en los que resaltan el modelo privado de programación y con menor presencia el modelo público; dos polos opuestos en cuanto a los fines, intereses, líneas informativas y perfiles radiofónicos, puesto que se privilegia el aspecto comercial y lucrativo sobre el servicio social. Esto tiene que ver, obviamente, con los programas, géneros, formatos y contenidos que se emiten, que en su mayoría son de carácter de entretenimiento, seguido por el tratamiento informativo periodístico, mediante el empleo de la nota informativa y la opinión.

Palabras claves: Género, formato, radioemisora.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se centra en las radioemisoras de Cobija, considerando el tratamiento informativo de acuerdo a los géneros y formatos que utilizan con mayor preferencia. Asimismo, considera importante reflexionar sobre la línea informativa o perfil radiofónico de cada medio, como parte de su modelo de programación.

El presente estudio se realizó mediante una reflexión cuali-cuantitativa, determinar cómo funcionan los géneros y formatos que tienen mayor preferencia en las programaciones de las radioemisoras de la ciudad de Cobija, enfoque mixto que toma en cuenta datos cuantitativos, pero, predominantemente información cualitativa.

Asimismo, el razonamiento teórico que adopta esta investigación se ajusta a corriente teórica funcionalista de la comunicación, revitalizando sus contenidos y postulados, para verificar su vigencia o actualidad y determinar su nivel de influencia teórica en la radio difusión.

Metodológicamente, se aplica el Análisis de Contenido, como parte reflexiva de la información que se obtenga mediante las otras técnicas de recolección de información. Procedimiento por el cual se busca dar respuesta al problema planteado.

En este entendido, el presente estudio trabaja con los contenidos informativos que tienen mayor cobertura y tratamiento por parte de los comunicadores radiales cobijeños.

El propósito de esta investigación es reconocer los géneros y formatos que utilizan las radioemisoras, para lo cual se toma en cuenta a las siguientes emisoras: Radio Perla del Acre, Radio Universitaria, y Radio Pando, estas tres emisoras radiales son muy representativas del acontecer mediático de Cobija. Por otra parte, este estudio, como parte de su estructura presenta cuatro capítulos.

Primero, justificación, problemas y objetivos, que corresponden a las partes generales de la investigación, puesto que de manera sintética marcan sus límites; segundo, el diseño

metodológico, que tiene la tarea de dirigir e indicar la forma como se realizará la investigación, es decir, los procedimientos técnicos que se emplearan para el logro de los objetivos; tercero, el marco referencial, que implica los aspectos legales, teóricos y conceptuales relacionados con el objeto de estudio; cuarto, el análisis e interpretación de resultados, que de manera ordenada da respuesta coherente a cada uno de los objetivos y mediante ellos al objetivo general.

Por último, se plantean las conclusiones que están ordenadas acorde a los objetivos específicos. Asimismo, se realizan diferentes recomendaciones a los dueños, directores y encargados de los medios radiofónicos; también, se extiende a los periodistas y las audiencias.

## **CAPÍTULO I**

### **JUSTIFICACIÓN, PROBLEMA Y OBJETIVOS**

#### **1.1. Antecedentes**

La historia de la radiodifusión, con seguridad, está ligada a los géneros y formatos y su evolución, puesto que permite comprender cuál es la utilidad comunicativa, dentro de este medio masivo de comunicación.

En este sentido es necesario retroceder en el tiempo, identificando una de las primeras formas mediáticas de difundir contenido informativo a nivel social. “Como los medios impresos fueron los primeros portadores de la información, por extensión se aplicó el nombre genérico de periódico a toda publicación impresa...” (Atorresi, p. 13). Por lo tanto, se puede decir que gracias a la existencia de los periódicos es que se establece uno de los primeros nombres que se da a los géneros periodísticos, en este caso, el género noticioso.

Históricamente, puede considerarse que los géneros y formatos surgieron sucesivamente, a medida que fue pasando el tiempo, evolucionaron hasta las características que tienen hoy. Mancera relata que:

En 1920, cuando la prensa de información se impone ya en todo el mundo occidental relegando a un segundo plano al periodismo ideológico, al servicio de las ideas políticas o religiosas. Predominan entonces las narraciones de hechos, es decir, las noticias y comienzan a surgir nuevas tradiciones discursivas como el reportaje o la crónica –con sus correspondientes variantes (2009, p.1).

Es así que se da lugar a lo que hoy se identifican con claridad como géneros periodísticos noticiosos, es decir aquellos que reflejan la realidad y los transforman en hechos de interés, estos géneros tienen la función de informar de manera precisa y objetiva.

Consecuentemente, la radio ha sido un portador de información que refleja hechos sobresalientes de la realidad, siendo un medio de comunicación importante en la historia de la información masiva.

Por otro lado, Reyes, citado en Aguirre, explica que:

El primer ejercicio de emisiones radiofónicas que se habría dado en Bolivia, según Reyes Velásquez (2009), se remontaría al año 1897. Siendo el caso el de un hecho experimental sobre la propagación de ondas radioeléctricas protagonizado por los sacerdotes jesuitas José Clerc y Francisco Cerro, los que habrían logrado ensayar las primeras transmisiones radioeléctricas en la ciudad de La Paz, enlazando la zona urbana con algunos de sus puntos periféricos (2016, p. 8).

Así, se manifiesta que las primeras emisiones radiofónicas, a nivel nacional, fueron en la ciudad de La Paz. Hecho que significó un avance importante en la comunicación masiva, puesto que emergió un medio que tiene mucha influencia informativa hasta el día de hoy.

Se podría afirmar que la radiodifusión es fundamental para informar a las personas ya que es uno de los primeros en aparecer y empezar a transmitir, Beltrán, citado en Hanna, afirma que: “En la historia radial de la región Bolivia tiene su primera transmisión en el año 1928 y su primera radio fue radio Chuquisaca. Es un país con mucha tradición radial ya que es el medio más utilizado por sus habitantes” (2017, p. 8). Se puede ver entonces que fue un medio masivo muy utilizado por ser accesible en aquel tiempo, como en la actualidad y que su influencia trascendió las fronteras de la sede de gobierno y llegó a otras latitudes del territorio nacional.

Se puede ver entonces que fue un medio masivo muy utilizado por ser accesible en aquel tiempo, como en la actualidad, y que su influencia había trascendido las fronteras la sede de gobierno y había llegado a otras latitudes del territorio nacional.

Otro hecho que significó un avance importante en la comunicación masiva fue el surgimiento de un medio que, hasta el día de hoy, mantiene una gran influencia informativa. Este medio, con su capacidad para llegar a un amplio público y su potencial para moldear la opinión pública, transformó la manera en que las noticias y la información son diseminadas.

Se destaca que Radio Chuquisaca habría sido construida de modo artesanal por José Camacho Balcázar un ingenioso y entusiasta impulsor de esta iniciativa. Para el caso de Radio Nacional de Bolivia, la misma habría comenzado su instalación desde 1928 bajo el impulso empresarial de dos hermanos, Rodolfo y Enrique Costas, los que contaron con un transmisor adquirido en los Estados Unidos (Aguirre, 2016, p. 3).

A partir de estos emprendimientos mediáticos la radio se desarrolló ampliamente en este último siglo y ha cumplido funciones muy importantes, como: informar, educar y entretener.

La ciudad de Cobija no es ajena a las experiencias radiofónicas, que también son parte de la historia de mediática del oriente boliviano.

Al respecto, Miahuchi plantea que:

Según datos obtenidos en una comunicación interpersonal, Jorge Parrado, ex director de la emisora, expresa que Radio Cobija salió al éter oficialmente el 27 de mayo del año 1953 en Onda Corta, con un kilovatio de potencia, cabe destacar que esta emisora eminentemente cívica, fue la primera y única que obtuvo licencia de operaciones y otras exigencias legales.” (2003, p. 40).

La radio como medio de comunicación ya tiene más de medio siglo en Pando, siendo Cobija la primera ciudad en conectar a la población mediante emisiones radiales de manera continua.

## **1.2. Justificación**

La presente investigación pretende fortalecer el conocimiento sobre los géneros y formatos periodísticos que son utilizados por las radios del municipio de Cobija. Consecuentemente, basa su importancia en las siguientes justificaciones: social, académica, teórica y metodológica.

La importancia social radica en que se devela la realidad informativa de los medios

radiofónicos, por lo tanto, apunta a que los medios identifiquen sus potencialidades y sus limitaciones programáticas y diversifiquen su contenido en beneficio de la sociedad, esto significa que su programación sea más equilibrada entre los aspectos informativos, educativos y de entrenamiento, en busca de una sociedad integralmente informada.

Académicamente, se introduce en el mundo comunicativo de la radiodifusión y revisa diferentes aspectos que son parte sustancial en su funcionamiento: línea informativa o perfil radiofónico, como los elementos que guían el accionar mediático de cada emisora; modelo de programación, que presenta la personalidad del medio, estructurada en los relatos radiofónicos; géneros y formatos, que agrupan todo el contenido que es emitido por el medio radiofónico. Producto de este recorrido, se obtiene un análisis completo sobre las radios de Cobija y las preferencias que tienen en cuanto al tratamiento de los diferentes contenidos que emiten.

Asimismo, se resalta los postulados y contenidos desarrollados y el enfoque de competencias que aplica la Universidad Amazónica de Pando para cualificar los procesos de aprendizaje de los comunicadores y periodistas que tienen la misión de dirigir los medios radiales de Cobija, aplicando los géneros y formatos en sus diferentes programaciones.

Metodológicamente, la investigación es importante porque se utiliza el Análisis de Contenido, que tiene un procedimiento que permite determinar en qué medida son utilizados los géneros y formatos en la programación de las radioemisoras del municipio de Cobija. Este método permite tener datos claros y concretos sobre el fenómeno de estudio, por su alta confiabilidad.

Desde el punto de vista de la teoría es trascendental la incursión que se realiza en el mundo radiofónico a partir de la corriente teórica funcionalista, revitalizándola con un debate y reflexión dinámico sobre su vigencia, actualidad y uso, especialmente aplicada a los medios masivos de comunicación, específicamente, la radio, y como ésta pone al funcionalismo en práctica comunicativa a través de su programación, que se plasma en los géneros y formatos.

Por estas razones es que esta investigación es importante, puesto que permite analizar a

las radioemisoras y el cumplimiento de su programación; también, si se utilizan los géneros y formatos adecuadamente. Por eso, es necesario verificar, mediante procedimientos de control técnico, la calidad de programación que los medios de la radio ofrecen a la comunidad.

### **1.3. Descripción del problema**

El trabajo de investigación se centra en los géneros y formatos que utilizan, con preferencia en sus programaciones, las radioemisoras del municipio de Cobija.

Si se toma en cuenta que las funciones tradicionales de los medios de comunicación de masas son informar, educar y entretener, es necesario identificar, tomando en cuenta a su programación, si las radioemisoras cumplen con estas funciones y en qué medida las plasman en sus transmisiones diarias.

La sociedad necesita que las radioemisoras emitan contenido de diversa índole, y no saturada con noticias, bajo el pretexto de que se necesita mantener informada a la sociedad, pero, lo que no se dice es que los contenidos educativos y de entretenimiento, también, son información necesaria para el desarrollo integral de la comunidad.

Por lo tanto, en este contexto radiofónico, es importante que los géneros y formatos sean visibilizados con claridad, satisfaciendo las diferentes necesidades informativas de la población.

Asimismo, parte de la problemática está relacionada con la línea informativa o perfil radiofónico que guía el accionar comunicativo de cada medio, y este se manifiesta mediante los géneros y formatos dentro de su programación. La Asociación de la Prensa de Jerez con línea editorial reconoce:

...al conjunto de principios y valores por los que se rige la actividad periodística de un medio de comunicación, profundizando así en lo que también se conoce como su ideología. Ideología marcada por su empresa editora, sus intereses y que se manifiesta de diferentes modos, para hacerlos llegar así a la población que recibirá el mensaje (audiencia, lectores, radioyentes). (2014, párr. 1)

Hay que considerar que las radioemisoras cumplen una función social, que debe beneficiar al público, los denominados radioescuchas, aunque surge la duda de que los beneficiados sean los ciudadanos, con tanta saturación noticiosa, aspecto que visibiliza, obviamente.

Una programación centrada, mayormente, en un solo género y sus formatos, priorizando el aspecto comercial sobre la necesidad social.

Es decir, la función social, elemento trascendental, que tiene que ser seguido por los medios en Cobija no está claro, si bien hay géneros y formatos estos no se relacionan de manera cabal con lo que pregonan el medio, por lo tanto, es necesario identificar primeramente esta concepción ideológica de la comunicación y relacionarlo con la cobertura de medios.

Por último, es evidente, también, que dentro del municipio de Cobija cualquier persona, sin tener la experiencia ni la formación académica necesaria, entra a trabajar en la radiodifusión, sin conocer los géneros y formatos radiofónicos.

Los mismos que terminan no aplicando y dedicándose solo a noticias del momento o reproducir de música.

### ***1.3.1. Formulación del problema***

¿Cuáles son los géneros y formatos utilizados con preferencia en las programaciones de las radioemisoras del municipio de Cobija, en la gestión 2023?

## **1.4. Objetivos**

### ***1.4.1. Objetivo general***

Describir los géneros y formatos utilizados con preferencia en las programaciones de las radioemisoras del municipio de Cobija, en la gestión 2023.

#### **1.4.2. *Objetivos específicos***

- Identificar qué tipos de programación emplean las radioemisoras del municipio de Cobija, centrando la atención en sus líneas informativas o perfiles radiofónicos.
- Caracterizar los géneros y formatos que utilizan las radios del municipio de Cobija.
- Cuantificar los contenidos que se emiten con mayor preferencia en las radios del municipio de Cobija, mediante el análisis de contenido.

## **CAPÍTULO II**

### **DISEÑO METODOLÓGICO**

El marco metodológico, en el que se desenvuelve el presente trabajo de grado, toma en cuenta los siguientes elementos: tipo de investigación, enfoque de la investigación, población y muestra, técnicas de investigación y sus instrumentos.

#### **2.1. Tipo de investigación**

La investigación se enmarca en el tipo de estudio descriptivo, ya que visualiza las características de los contenidos dentro de las programaciones de las radioemisoras, que permiten ver como se aplican los géneros y formatos según la programación, línea informativa o perfil radiofónico que tengan los medios radiales en el municipio de Cobija.

Por ello Arias define que: “La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento.” (2006, p. 24). En la presente investigación se realiza la descripción e identificación de aquellos géneros y formatos que se enmarcan en la programación de cada radio del municipio de Cobija.

#### **2.2. Enfoque de la investigación**

El enfoque de la investigación es mixto por lo cual, Hernández, et al., consideran que “...el enfoque mixto de la investigación, que implica un conjunto de procesos de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema.” (2014, p. 532). La presente investigación utiliza técnicas cualitativas y cuantitativas, por lo tanto, cumple con las características de un enfoque investigativo mixto.

Además, esta definición se adecua al presente estudio, específicamente en el funcionamiento organizacional, es decir, cómo los radialitas realizan el tratamiento informativo y en qué medida aplican los géneros y formatos dentro de su programación radiofónica.

### **2.3. Población y muestra**

La población, de la presente investigación, es de carácter finito, es decir se conoce el número exacto de unidades que corresponden al objeto de estudio.

En esta investigación la población está enfocada, específicamente, en los medios radiofónicos de la ciudad de Cobija.

Es así que, en correspondencia con enfoque cualitativo de la investigación, se opta por una muestra no probabilística, es decir, que el número de unidades que la conforman son elegidas a criterio del investigador. Por tanto, Ágreda explica que este tipo de muestreo: “...consiste en que no se basan en una teoría matemática-estadística, sino que dependen del juicio del investigador. Ese muestreo es intencional u opinático.” (2012, p. 43). Puesto que basa su fundamentación en la opinión o manifestación personal de las fuentes u objetos de estudio.

Por lo tanto, se tomó una muestra representativa de carácter homogéneo que corresponde a las investigaciones cualitativas tal cual Hernández, et al., menciona que:

...en las muestras homogéneas las unidades que se van a seleccionar poseen un mismo perfil o características, o bien comparten rasgos similares. Su propósito es centrarse en el tema por investigar o resaltar situaciones, procesos o episodios en un grupo social (Hernández, et al., 2014, p. 388).

En el presente estudio, las radioemisoras tienen características similares que permiten reconocer rasgos parecidos, por lo que cualitativamente son ideales. Es así que se trabajó con las siguientes radioemisoras:

- Radio Perla del Acre 93.1 FM

- Radio Universitaria 97.9 FM
- Radio Pando 88.6 FM

Estas emisoras radiales fueron escogidas, tomando en cuenta diferentes criterios de elegibilidad, es decir, las razones por las que las hacen propicias para ser parte de la muestra representativa, considerando sus características, tipos, función roles o tareas, amplitud y su perspectiva comunicativa. En este sentido, por orden de importancia se tomaron los siguientes aspectos:

- Primero, todas son emisoras de reconocido recorrido en el ámbito mediático
- Segundo, cada una de ellas trabajan con programaciones específicas según sus líneas informativas o perfiles radiofónicos.
- Tercero, el derecho propietario es diferente, entre público y privado, situación que permite realizar una comparación en razón de sus objetivos e intencionalidades.
- Cuarto, tienen audiencias consolidadas.
- Quinto, unos responden a criterios e intereses comerciales y otro a criterios e intereses sociales.

#### **2.4. Fuentes y técnicas de investigación**

Las técnicas de investigación que se utilizaron para la recolección de información son tres: la observación, la entrevista y la revisión documental; todas ellas relacionadas con los objetivos de la investigación. Asimismo, se utilizó, como técnica analítica, al denominado análisis de contenido, que permitió la clasificación, organización e interpretación de los contenidos radiofónicos, procedimiento que desde una mirada cuantitativa reflexiona sobre el objeto de estudio.

### 2.4.1. Observación

En la presente investigación se aplicó la técnica de observación no participante, es decir, se observó el fenómeno desde una perspectiva externa, donde el investigador no tiene participación directa por lo cual, Ander Egg plantea que:

En el sentido lato del término, la observación hace referencia a la acción de advertir, examinar o reparar la existencia de cosas, hechos o acontecimientos mediante el empleo de los sentidos, tal como se dan en un momento determinado, La observación es el modo “natural” de adquirir conocimientos... (2003, p. 29).

Definición que se adecúa al presente estudio de investigación que se realizó y puesto que se observó lo siguiente:

- Los géneros y formatos que utilizan las radios del municipio de Cobija, representadas por la muestra.
- Los contenidos de la programación de las radios del municipio de Cobija, que son parte de la muestra.

Procedimiento que permitió y ayudo a obtener la siguiente información:

- Tipos de géneros que utilizan las radios Perla del Acre, Universitario y Pando.
- Tipos de formatos que utilizan las radios Perla del Acre, Universitario y Pando.
- Tipo de contenidos que se emiten en la programación de las radioemisoras Perla del Acre, Universitario y Pando.
- Contenidos preferentes que emiten las radioemisoras Perla del Acre, Universitario y Pando.

Para lo cual se utilizó la ficha de observación, donde se observó a detalle cada contenido que

va sujeto a lo que se quería investigar y observar. **(Ver Anexo 1)** como instrumento de recolección de información.

#### **2.4.2. Entrevista**

En la presente investigación, se aplicó la entrevista de manera preferencial, es decir seleccionando a los entrevistados que pudieran proporcionar información significativa sobre el tema de estudio, Este enfoque permitió obtener datos detallados y relevantes Según Münch y Ángeles, explican que:

La entrevista es una de las técnicas más utilizadas en la investigación. Mediante ésta, una persona (entrevistador) solicita información a otra (entrevistado).

La entrevista puede ser uno de los instrumentos más valiosos para obtener información... es posible definir a la entrevista como “el arte de escuchar y captar información”; esta habilidad requiere de capacitación, pues no cualquier persona puede ser un buen entrevistador (2003, pp. 62 - 63).

Es por ello que para las entrevistas se aplicó técnicas de escucha activa, de acuerdo a la estructura y la formulación de preguntas; esto, permitió recolectar información de calidad, en un diálogo franco y sincero.

Adicionalmente, a esta definición es necesario remarcar que el estudio se enmarca en la entrevista semiestructurada o seminormalizada, para Sandoval “existe un guion previo; pero, el entrevistador tiene la libertad de cambiar el orden o introducir nuevas preguntas si las circunstancias son propicias para ello.” (1998, p. 183). Es decir, es conveniente para los intereses de la investigación puesto que facilita la recolección de información.

Esta conversación se realizó con las siguientes fuentes:

- Directores de los medios de comunicación de las siguientes radioemisoras: Perla del Acre, Universitario y Pando.
- Periodistas (dos por cada radio).

Entrevistas que permitieron recolectar la siguiente información:

- Las líneas informativas o perfiles radiofónicos de las radioemisoras.
- Los géneros y formatos que se emiten preferentemente.
- Los contenidos que tiene mayor cobertura con preferencia en su programación.

Para lo cual se aplicó la guía de entrevista (**Ver Anexo 2**) como instrumento de recolección de información.

### **2.4.3. Revisión documental**

La información, que proporcionan los documentos, es importante en el presente estudio. Es por ello que, Silvente et al., plantean que:

La recolección de datos, en la investigación, debe considerar, con mucho cuidado, las tipologías de los documentos que se consulten; ya que los mismos son los responsables del acercamiento o alejarnos de la ciencia. Un buen manejo de los documentos, tanto físico, como virtual, nos permitirá como investigadores, emitir criterios que nos acerquen a la verdad científica; evento que categorizará nuestra investigación. (2006, pp. 69 -70)

Es por ello que todos los datos recabados en esta investigación se los manejo con cautela y el respectivo cuidado, para llevar un buen manejo de los documentos e información que proporcionaron las radioemisoras.

Esta técnica permitió revisar los siguientes documentos de las radios de Cobija a ser investigadas:

- Programación de cada radioemisora (Perla del Acre, Universitaria, Internacional y Espacio).

Documentos que permitieron recolectar la siguiente información:

- Los géneros y formatos que se emiten preferentemente.
- Los contenidos que tienen preferencia en su programación.

Para ello se utilizó la ficha documental (**Ver Anexo 3**) como instrumento de recolección de información.

#### **2.4.4. *Análisis de contenido***

El análisis de contenido es una técnica cuantitativa que sistematiza la información de manera concreta. Ander Egg plantea que:

De una manera más simple y comprensible podemos explicar el análisis de contenido como una técnica de recopilación, de información que permite estudiar el contenido manifiesto de una comunicación, clasificando sus diferentes partes de acuerdo con categorías establecidas por el investigador, con el fin de identificar de manera sistemática y precisa las características de dicha comunicación (2003, p. 245).

Esta técnica permitió identificar cuantitativamente cuales son los géneros y formatos que tienen mayor preferencia en la programación de las radioemisoras de Cobija, para lo cual utilizó un procedimiento de selección, reconociendo las siguientes categorías:

- Línea informativa o perfil radiofónico
- Géneros
- Formatos
- Contenidos

Basados en aspectos sobresalientes, que corresponden a:

- Términos o palabras
- Oraciones (expresados en los títulos)
- Párrafos

Para lo cual se utilizó como instrumento una matriz de análisis de contenido **(Ver Anexo 4)**.

## **CAPITULO III**

### **MARCO REFERENCIAL**

El marco referencial, como producto de un proceso reflexivo, centra su atención en cuatro aspectos importantes: antecedentes teóricos sobre la comunicación radial, marco legal, marco teórico y marco conceptual. Contenidos que contribuyen a la construcción de un panorama teórico basado en la confrontación de ideas, en los criterios y posturas de las fuentes, y la realidad social y comunicacional mediática radial.

#### **3.1. Antecedentes teóricos**

La revisión de diferentes estudios e investigaciones contribuyen significativamente a la presente investigación, puesto que permiten identificar trabajos científicos similares o parecidos para reconocer que ámbitos teóricos y metodológicos fueron abordados con relación a los géneros y formatos utilizados por las radioemisoras.

El primer estudio de investigación corresponde a Gómez, quien afirma que la estructura de la programación de Radio Programas del Perú, es un texto polifónico, donde se combinan géneros y formatos diversos, a pesar de su tipología y perfil, al presentarse como una emisora eminentemente informativa de la emisora Radio Programas del Perú, identificando los tiempos, empleo de géneros, formatos, para identificar las funciones que cumple la mencionada radio, es decir: educativa, entretenimiento, tematización, servicios públicos, celebraciones y espectáculos, evidentemente a la función persuasiva se le asigna un rol importante, dado que es a través de la publicidad que se financia la emisora, asimismo se determinan los tiempos que se destinan a estas funciones (2010). Por lo tanto, el método que utilizo fue el descriptivo analítico, con la aplicación de las fichas gráficas, se identificó la estructura programática, se estableció las funciones y los tiempos asignados por la emisora, esto para identificar que genero prevalece más en la radio Perú y así mismo obtener un análisis más profundo de dicha radio.

La revisión documental muestra a profundidad el periodismo y la radio en su producción total, basado en tesis como ser: Utilización de formatos radiofónicos en los programas informativos, Radio Onda Azul y Pachamanca Radio de la Ciudad de Puno.

Las conclusiones del estudio determinan que la dimensión estructural de la radio organiza la programación y se identifica una oferta comunicacional y perfil radiofónico de Radio Programas del Perú, determinando una emisora que es fundamentalmente informativa, integrado por diferentes temáticas, géneros y formatos, de índole periodística. Y esta característica es parte de su tipología, de radio hablada.

Por otro lado las investigaciones deben ser analizadas a profundidad, Quispe señala que se centró en la programación radial y la contribución en la vigencia del idioma aymara su investigación tiene como muestra a tres artículos periodísticos, publicados en el idioma aymara y analiza a profundidad el conocimiento de los géneros y formatos y el efecto que tiene la programación radial en el receptor. Por lo tanto la metodología utilizada fue Cualitativo y Cuantitativo (mixto), diseño no experimental, de tipo descriptivo, porque describe las características de los programas en aymara de Radio Onda Azul y Pachamama Radio, las técnicas e instrumentos empleados en el proceso de esta investigación fueron los siguientes: encuestas, cuestionarios, entrevistas, guía de entrevistas, observación, fichas de observación, audio grafía y ficha de audio grafía (2018). Por lo tanto este estudio de la Radio Onda Azul y Pachamama Radio contribuyen en la vigencia del idioma Aymara ya que emiten programas en este idioma y los conductores dominan el mismo. También Los conductores aymara hablantes de Radio Onda Azul y Pachamama Radio, contribuyen en la vigencia del idioma aymara en el distrito de Conima, puesto que, al momento de elaborar los guiones radiales tienen en cuenta la gramática del idioma aymara, además el leguaje de los locutores es de acuerdo al público objetivo.

No obstante, es relevante mencionar la investigación que se realizó, respecto a la utilización de los géneros periodísticos radiofónicos: reportaje y crónica en los noticiarios de radio luz y vida en la ciudad de Loja-Ecuador donde se estudia a profundidad la utilización de estos dos géneros en específico. Así como lo dice el investigador Pineda.

La investigación presente está encaminada hacia los reportajes y crónicas radiofónicas, géneros periodísticos que permiten a la ciudadanía estar aún mejor informada. Por ello se planteó investigar cómo se utiliza los reportajes en un medio que, según las encuestas realizadas en esta tesis, es la emisora más sintonizada sobre todo en la mañana (2015, p. 15).

Por lo tanto, se puede observar que, en esta tesis, se utilizó la encuesta para la recolección de datos, dando como resultado que la radio Luz y Vida era una de las más sintonizadas; esta investigación es de importancias y ayuda para la elaboración del perfil de tesis que se quiere realizar sobre los géneros y formatos ya que abarca un tema muy relacionado y utiliza distintas técnicas de investigación parecidas a las que se quiere emplear.

Para realizar esta investigación la metodología empleada fue de carácter científico, utilizando otra técnica de investigación, la entrevista, aplicada a directores de la radio Luz y Vida. Con estas entrevistas el investigador logró saber la forma de la programación, la importancia que le dan a las crónicas y reportajes, la aplicación adecuada de los géneros periodísticos y que tan importante era todo esto para ellos como directores de los tres informativos que tenía esta radio.

Las conclusiones del estudio a través de revisión bibliográfica, determinan que la opinión en primer lugar, después la noticia y la entrevista son los géneros más utilizados por esta radio, que los reportajes y crónicas no son presentados a la ciudadanía de Loja-Ecuador.

El investigador opina que es por la inmediatez de la información presentada en forma de noticias para el periodismo de actualidad, que no permite realizar este tipo de periodismo interpretativo que demanda más fuentes, más investigación y mucho más tiempo.

### **3.2. Marco Legal**

El marco legal, dentro de sus contenidos, toma en cuenta: la norma constitucional y la normativa internacional, todas relacionadas con los derechos a la comunicación y la información que tienen los ciudadanos y aquellos que trabajan en los medios de comunicación.

### **3.2.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia**

Los medios masivos de comunicación y su funcionamiento, están amparados en las normas legales nacionales. El Estado Plurinacional de Bolivia, en la Constitución Política el Estado, artículo 106, párrafo I, expresa que: “El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información.” (2009, p. 40). Un mandato general que abarca para todos los bolivianos, es decir, este derecho permite a los ciudadanos realizar procesos comunicativos que faciliten el intercambio informativo. También, se puede entender que se garantiza el flujo de información de calidad, útil y oportuna.

Es así, que, en el artículo antes mencionado, párrafo III, de mismo cuerpo legal, se establece que: “El Estado garantiza a las trabajadoras y los trabajadores de la prensa, la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y a la información.” (C.P.E.P.B., 2009, p. 40). Un derecho que debe ser tomado con mucha responsabilidad, puesto que no faculta al comunicador emitir cualquier mensaje, sino que regula su comportamiento informativo a las necesidades sociales, considerando que la información, dentro de los medios de comunicación, puede ser entendida como aquel contenido de diversa naturaleza: noticiosa, de entretenimiento o educativo. Evitando, de esta manera, adjudicar al término información sólo como sinónimo de noticia.

Otro aspecto que regula el comportamiento de los trabajadores de los medios de comunicación es el que se plantea en el párrafo IV, que a la letra dice: “Se reconoce la cláusula de conciencia de los trabajadores de la información.” (C.P.E.P.B., 2009, p. 40). Es decir, aquel aspecto ético de cada comunicador al momento de realizar la producción de diferentes contenidos mediáticos. Navarro y Rodríguez dicen que:

Partamos de una descripción que podemos considerar como la definición de referencia de la cláusula de conciencia, la contenida en el texto de la Ley francesa de 29 de marzo de 1935. Se establece allí que el periodista tiene la facultad de resolver su relación laboral con la empresa editora y, además, obtener la indemnización que le hubiera correspondido para el caso de despido laboral improcedente cuando se haya producido un cambio notable en el carácter o la orientación del periódico y este cambio afectase al honor, reputación o intereses morales del periodista (1999, p. 262).

Situaciones que emergen de las discrepancias de criterios en el manejo de la información dentro de un medio comunicativo, ya sea en su línea editorial (líneas informativas o perfiles radiofónicos), en su programación, en la producción de géneros y formatos, entre otros.

Por otro lado, Borgarello afirma que “Conforme el Diccionario Jurídico de Medios de Comunicación la cláusula de conciencia es definida como el mecanismo legal que les permite a los periodistas negarse al cumplimiento de tareas que implique una claudicación de sus principios éticos.” (2008, p. 28) Aunque, muchas veces, esta cláusula de conciencia es sometida y anulada por las condiciones laborales a las que están sometidos los trabajadores de los medios, de esta manera se vulnera un derecho constitucional, hecho que va en desmedro de la calidad informativa.

Asimismo, es necesario recurrir al artículo 107, parágrafo I, del texto constitucional, que expresa: “Los medios de comunicación social deberán contribuir a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas del país, con la producción y difusión de programas educativos plurilingües y en lenguaje alternativo para discapacitados.” (EPB, 2009, p. 40). Claramente, establece que la prioridad de un medio de comunicación no debe centrarse solo en el aspecto noticioso, sino, también, en aspectos educativos y culturales, fortaleciendo los valores sociales. De esta manera cumplir con la función educativa de los medios de comunicación, en el presente caso de las radioemisoras.

### ***3.2.2. La radiodifusión en la norma jurídica específica***

La legislación específica, referida a la radiodifusión, se remite al siglo pasado, puesto que, el Estado Plurinacional de Bolivia en el artículo 60 del D.S. N° 9740, manifiesta que:

La radiodifusión que comprende la transmisión de sonido, video y otros tipos, es un servicio de interés público que tiende a elevar el nivel cultural y exaltar los valores nacionales para conservar la tradición. Propende a fortalecer los principios de la moral, la dignidad de la persona humana y cooperaciones internacionales (1971, p. 8).

Es así que se resalta el aspecto que refiere al “interés público”, puesto que, su fin es de

servir a la comunidad, con propuestas informativas y la consolidación de valores y principios propios de un determinado contexto territorial y de la humanidad. Para ello, la misma norma, en su artículo 62, garantiza que:

La radiodifusión informa y expresa sus ideas sin censura previa, salvo las limitaciones establecidas por las leyes de la República.

Se propalarán informaciones veraces, objetivas e imparciales, procedentes de fuentes autorizadas que deberán citarse al transmitirlas.

Los responsables de las emisoras controlarán los programas para evitar que aún las informaciones auténticas puedan dañar o alarmar a la población por la forma u oportunidad de su difusión (República de Bolivia, 1971, p. 8).

Como puede advertirse previene dos prácticas negativas en el proceso informativo: primero, la censura, muchas veces va reñida con la verdad, prevalecen criterios e intereses personales o económicos que no permiten claridad ni veracidad en los contenidos emitidos; segundo, la desinformación, que tiende a tergiversar, cercenar o direccionar los hechos.

Por otra parte, en el mismo cuerpo legal, en su artículo 68, separa la naturaleza y personalidad de los tipos de radioemisoras, que a la letra dice:

Las radiodifusoras se clasifican en oficiales y privadas. Oficiales son las de propiedad de organismos dependientes del Estado y constituyen la Red Oficial de Radiodifusión. Privadas son las de propiedad particular, que se conceden para fines comerciales o las que se autorizan con fines exclusivamente culturales o educativas. (República de Bolivia, 1971, p. 8).

Esta clasificación es muy importante, puesto que define las intenciones e intereses de cada tipo de radioemisora. Mientras las radios privadas tienen una visión empresarial y lucrativa, las radios públicas apuntan a aspectos más cualitativos, como el servicio a la comunidad y la sociedad, prevaleciendo su función de servicio al interés público.

Otra norma que hay que tomar en cuenta, promulgada por el Estado Plurinacional de Bolivia, es la Ley N° 164, en su artículo 2, numeral 5, que plantea que uno de sus objetivos es: “Promover el uso de las tecnologías de información y comunicación para mejorar las

condiciones de vida de las bolivianas y bolivianos.” (2011, p. 1). La misma coincide con las anteriores normas legales al privilegiar que el funcionamiento de las radioemisoras es de carácter utilitario para la sociedad, puesto que debe responder a sus necesidades informativas, individuales y colectivas. Para lo cual en su artículo 5, referido a sus principios, establece que:

El sector de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación y del servicio postal se regirá por los siguientes principios:

1. Acceso universal. El Estado, en todos sus niveles de gobierno, promoverá el derecho al acceso universal a las telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, así como al servicio postal, para todas y todos los habitantes del Estado Plurinacional de Bolivia, en ejercicio de sus derechos, relacionados principalmente a la comunicación, la educación, el acceso al conocimiento, la ciencia, la tecnología y la cultura.
2. Calidad. Los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, así como el servicio postal, deben responder a indicadores de calidad definidos en estándares nacionales e internacionales. (EPB, 2011, p. 2)

Esta norma ratifica la democratización de la comunicación, abriendo la posibilidad de que cualquier ciudadano pueda emitir sus criterios sin ningún tipo de prohibición o censura, como también recibir mensajes que son de su interés. Además, se garantiza que los contenidos que se emitan por los medios de comunicación (en el presente caso de la radiodifusión) sean elaborados con responsabilidad, respetando los principios ético-morales de la comunicación de masas, como dice la norma, cuidando el aspecto cualitativo de los contenidos mediáticos.

### **3.2.3. Derecho Internacional**

Desde el punto de vista del Derecho Internacional el acceso a la comunicación e información están reconocidos como parte de Derechos Humanos. Por consiguiente, las Naciones Unidas, en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, expresa:

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, por cualquier medio de expresión.” (1948, p. 6)

Con claridad este mandato garantiza la libre expresión de la ciudadanía como de los trabajadores de los medios de comunicación. Por consiguiente, de manera implícita, no acepta ningún tipo de censura.

También, de forma general, regula el proceso de recepción y difusión de información, que claramente debe ser producto de un trabajo responsable, puesto que indica, con claridad, que cualquier contenido informativo es consecuencia de la investigación, que incluye la cobertura, organización y análisis informativo.

Esto implica, además, que los comunicadores cumplan con los principios y valores de la profesión al momento de emitir determinado contenido.

En concordancia, con la norma anterior, las Naciones Unidas, en el artículo 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, numeral 2, plantea que:

Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección. (1966, p. 7)

Complementariamente se establece, de manera específica, que la comunicación o el intercambio de información es válida mediante cualquier lenguaje (especialmente el verbal), esto implica a medios masiva de comunicación radiofónicos, por su naturaleza oral-auditiva, por cuanto, contrapone el derecho a la información veraz y de calidad que merecen los radioescuchas.

### **3.3. Marco Teórico**

La construcción del marco referencial teórico responde al aporte de diferentes fuentes que se refieren a los siguientes temas: la corriente teórica funcionalista, comunicación de masas, los medios masivos de comunicación, la radiodifusión, programación, línea editorial o perfil radiofónico.

### 3.3.1. La corriente teórica funcionalista

La fundamentación teórica, del presente trabajo de investigación, parte del reconocimiento de la corriente funcionalista como. Con relación a ello, Torrico considera que:

El funcionalismo piensa a la sociedad como una unidad orgánica en la que los diferentes elementos que la componen cumplen una *función* (y papel), es decir que, desarrollan una “conducta esperada” que invariablemente implica una contribución a la pervivencia del sistema social. (1997, p. 32)

Se reconocen ciertos criterios que merecen la debida atención, especialmente cuando se relaciona a la sociedad con una “unidad orgánica” se asemeja, por analogía, al cuerpo humano, considerándolo como un sistema o una estructura en la que cada órgano cumple una función establecida y que no puede cambiar: ejemplo, el corazón tiene la función de bombear sangre mediante dos movimientos sístole y diástole. Así, a los componentes sociales se les atribuye una función específica: ejemplo, la policía, su función es mantener el orden público si realiza otro tipo de acciones es una disfunción.

A partir del criterio anterior, Torrico manifiesta que: “El énfasis que hace este paradigma en el concepto de *función* se relaciona con su interpretación de que cada función satisface una determinada necesidad o costumbre social, especialmente aquella de índole biológica.” (1997, p. 32). En este contexto, la sociedad determina en qué medida actúa cada institución, según su necesidad, tomando en cuenta que limita el accionar de los actores sociales, especificando cual es la ocupación específica de cada uno de ellos, según su conveniencia.

Así, la corriente funcionalista se ocupa de conocer cuáles son los elementos del todo y qué funciones desempeñan, además de que mide el grado en que son o no cumplidas dichas funciones e investiga la forma en que esos rendimientos pueden ser mejorados, siempre con vista a perpetuar, en lo esencial, el estado de cosas presente. (Torrico, 1997, p. 32)

Esto permite, desde el punto de vista funcionalista, mantener un riguroso control social. Es decir, las personas e instituciones no realicen labores más allá de la cual fueron asignadas,

limitándose a ejercer el trabajo para lo que fueron creados, sin afectar el orden establecido, porque si ocurriera ello serían sometidos a una reconducción para que vuelvan a cumplir las funciones originales asignadas. Por otro lado, Aguado, al respecto expresa que:

El funcionalismo parte de una visión empirista de la sociología que toma los hechos sociales como objetos compuestos de elementos. Los objetos forman parte de procesos de interrelación en los cuales los elementos desempeñan funciones, que son determinantes de tales procesos (2004, p. 170).

Esto significa que las funciones de cada elemento de la comunidad, en la sociedad moderna, no actúa de manera individual, sino que es parte de un sistema, es así que cada uno tiene un trabajo determinado, pero, en coordinación con los demás.

El funcionalismo concibe los procesos sociales y las funciones que los configuran sobre la base de un modelo general del equilibrio y el control. Toda dinámica social se articula sobre un modelo de estructura que presupone un reparto de funciones dirigido a su mantenimiento o perpetuación. En términos estrictos, el funcionalismo es una teoría de la causalidad de los procesos sociales, es decir, se centra en las relaciones causa-efecto de los acontecimientos sociales entendidos como cadenas de procesos, obviando con ello otros aspectos de la vida social (simbólicos, éticos, culturales, etc.). (Aguado, 2004, p. 170).

La sociedad es un conjunto de elementos relacionados entre sí, que permiten la dinamización de una determinada comunidad, basado en un movimiento mecánico, puesto que todos van repitiendo o desarrollando las funciones que le son asignadas.

Esto permite que el aparato social adelante o retroceda, evolucione o involucione.

### **3.3.2. Comunicación de masas**

La comunicación de masas permite a la información llegar al mismo tiempo a una gran cantidad de personas, de carácter infinito, es decir, que no se sabe con certeza el número miembros que conforman los receptores. Con relación a ello, Aguado considera: “Lo que habitualmente conocemos como comunicación de masas recibe también otras denominaciones

que hacen hincapié en sus diversos matices: comunicación social, comunicación mediada o comunicación colectiva.” (2004, p. 155). Es decir, aquella que relaciona un medio de comunicación masiva con sus audiencias.

Hay que tener en cuenta que la comunicación de masas es un fenómeno social que se transformó en objeto de estudio a inicios del siglo XX. “Históricamente, las primeras investigaciones a principios de siglo acuñaron el término ‘comunicación de masas’ por la importancia que entonces tenían la psicología conductista y los estudios sobre la naciente sociedad de masas.” (Aguado, 2004, p. 155). Es así que el origen mediático masivo está relacionado con las crecientes urbes, que aglutinaron una gran cantidad de habitantes, conformando el creciente público urbano, lo que en términos mediáticos se denomina como masa. Por consiguiente, el mismo autor menciona que:

El término “masa” designa originariamente un conjunto multitudinario de individuos caracterizado por:

- Dispersión
- Ausencia de autoidentidad
- Ausencia de estructura
- La nula incidencia de la racionalidad en la motivación de sus conductas o decisiones
- La fuerte incidencia de la emotividad en su cohesión y en sus conductas
- La ausencia de perspectiva temporal (no presta atención al pasado o al futuro)
- Heterogénea en su composición y homogénea en sus conductas. (Aguado, 2004, pp. 156-157)

Por lo tanto, la masa es anónima, amorfa, irracional, emotiva, atemporal y plural, características que definen a un conglomerado sin conciencia propia, por lo que es vulnerable a ser manipulado; coincidiendo con teorías y modelos comunicativos que comulgan con criterios que los medios llegan con información a su público y mediante ella direccionan las percepciones de las masas.

### **3.3.3 Los medios de comunicación masiva**

Los medios de comunicación masiva son aquellos que llegan a un público

cuantitativamente no definido, es decir, la información es revisada, recibida o percibida, al mismo momento, por una gran cantidad de personas, una audiencia indefinida. Según Artero, et al., informan que:

El Departamento de Comercio de Estados Unidos emite un informe estadístico en el que se incluyen las horas destinadas por persona y año a actividades de consumo de medios de comunicación y entretenimiento. Los segmentos incluidos son: televisión (cadenas, estaciones independientes, cable básico y televisión de pago), radio, música grabada, diarios, revistas de consumo, libros de consumo, video, películas en salas, videojuegos, acceso a Internet y software educativo (s/f, pp. 7-8).

Tradicionalmente, según su aparición, son clasificados en impresos (periódicos), sonoros (radio), audiovisuales (televisión), adicionalmente, con la consolidación del internet, surgieron los medios de comunicación digitales.

Lo importante es que todos ellos cumplen su rol de canal entre los hechos que suceden en la realidad y las audiencias, hechos que son transformados en información, de cualquier tipo, y que son mediáticamente tratados para que de manera mediata o inmediata lleguen a los perceptores, que como se dijo anteriormente, no pueden ser cuantificados con exactitud. Con relación a ello, Yelo afirma que:

La transmisión y difusión mediática de un acontecer informativo - en cualquiera de sus soportes escritos o audiovisuales, analógicos o digitales-, es, en primer lugar y sobre todo, un hecho de comunicación sistémica específicamente humana. Es la aportación de una información determinada desde un elemento-sujeto a otro, un sujeto de intencionalidad emisora que se dirige a un receptor público de modo simultaneo. En la comunicación masiva el sujeto receptor se presenta de modo más impreciso que en la comunicación presencial directa, con una amplia gama de actitudes receptivas que estableceríamos entre la voluntariedad del recibir el mensaje, consciente y primario, pasando por el secundario, consciente e involuntario, hasta ese terciario que recibe la información, sin clara percepción de ella y total involuntariedad, pasivo, tanto percibido por el emisor como ente individualizado o como colectivo. (2017, p. 248)

Hay que advertir, con claridad, que en el proceso mediático de carácter masivo se identifica a un emisor individual, pero, cuando se trata del receptor asume una condición plural, resaltando que la recepción es un fenómeno conjunto.

Un segundo aspecto, es lo referido a la recepción del mensaje de manera voluntaria o involuntaria, es decir, hay personas, dentro de la masa, que tienen la intención de percibir la información, Sin embargo, existen otras personas que se enfrentan a los mensajes de manera casual, sin una intención deliberada de recibir la información. En estos casos, la reacción ante el mensaje puede variar significativamente: algunos pueden mostrar una respuesta activa, mientras que otros pueden no prestar atención en absoluto, es por eso que la comunicación de masas tiene efectos en sus audiencias, aunque no en su totalidad.

**3.3.3.1. El funcionalismo en los medios de comunicación masiva.** El criterio de función, dentro del estudio de la comunicación, está relacionado con los medios masivos de comunicación, sin embargo, hay que entender que “Sobre la base de las funciones originarias y estructurada de la comunicación humana, las funciones de la comunicación social se deben entender como una complejización de lo anterior.” (Yurén, 1994, p. 375). Es innegable la complejidad de la comunicación mediática masiva, puesto que su influencia va más allá de informar, educar y entretener.

Al respecto según Aguado, menciona que:

Tradicionalmente se asigna a los medios de comunicación masas la triple tarea de informar, entretener y persuadir, clasificando en ocasiones los propios contenidos de los medios de acuerdo con estos criterios (información, ficción y publicidad/opinión). Debido a su naturaleza tecnológica y a su homogeneidad institucional, al hablar de medios de comunicación de masas tradicionalmente consideramos la prensa, la radio, el cine y la televisión, a los que añadimos Internet (2004, p. 158).

Este autor pone énfasis en una función que muchas veces no es identificada de manera plena, pero, que en esta ocasión se la nombra, poniendo en evidencia la verdadera finalidad del funcionalismo dentro de los medios de comunicación masiva, la mencionada función es la de “*persuadir*”, es decir, aquella que muestra la condición de manipulación informativa.

En este sentido, Torrico expone que:

La comunicación masiva, en criterio de Wrigth, no sólo que es un fenómeno normativo

y repetitivo que lleva a cabo funciones básicas -supervisión del entorno, correlación de las partes de la sociedad con las respuestas del entorno, transmisión cultural intergeneracional y entretenimiento-, sino que, igualmente, dispone de una organización (1997, p. 35).

En este entendido, las funciones mediáticas están acompañadas de una gama de intenciones que son parte de los contenidos difundidos, a partir de un sistema establecido o, en palabras del autor, organizado. Así mismo:

El *funcionalismo* es la corriente con la que, en la práctica, surgió la investigación de la comunicación. Su preocupación central tiene que ver con las funciones que desempeñan los medios de difusión en un sistema social. Por ello es que también se conoce a esta propuesta teórico-metodológico como *mediológica*, es decir, interesada prioritariamente en el estudio de los *medios* y sus efectos (Torrico, 1997, p. 35).

De esta manera, la aplicación del funcionalismo por los medios masivos de comunicación, siempre está determinada a obtener determinados resultados, es decir un efecto en los receptores, dependiendo del tipo de mensaje que se envía, para ello, utilizan los géneros y formatos mediáticos para el logro de estos propósitos. Por lo tanto:

Si bien el interés principal del funcionalismo son las consecuencias de los medios, éstas suponen no solamente un análisis institucional de los *medios* sino, además, otro de los contenidos difundidos y otro de las audiencias (sus características, sus preferencias, sus reacciones) (Torrico, 1997, p. 36).

Por ello la complejidad comunicativa de los medios masivos, porque desde la mirada del funcionalismo implica un proceso estructurado, desde lo institucional hasta el tratamiento informativo, sea cual fuere la función que está cumpliendo (informar, educar o entretener), tomando en cuenta el contenido y la forma como se difunde; los efectos que esto provoca en las audiencias, aspectos que permiten evidenciar la efectividad funcional de los medios masivos.

Así mismo, estos criterios son corroborados por Do Campo, el cual afirma que:

Esta teoría tomó también a Harold Lasswell como pieza de fundamentación. Experto en el análisis de la propaganda, enunciaba que el control de la sociedad era uno de los

principales objetivos, más allá de si estos eran para el comercio (consumo) o el pensamiento (ideología). A sus postulados “¿QUIÉN dice QUÉ a través de que CANAL, a QUIÉN con qué EFECTO?” le agregaba la condición de contexto... (2015, p. 3)

La famosa teoría funcionalista de Lasswell, establece que un determinado contenido comunicativo debe ir organizado según las preguntas que, en su razonamiento, son esenciales puesto que identifican los aspectos más relevantes de un proceso comunicativo mediático, basado en un modelo lineal de cinco elementos que definen como se realiza el manejo informativo en los medios masivos de comunicación.

Asimismo, determina como viaja la información del emisor al receptor, concluyendo que responde a un proceso unidireccional, puesto que no se contempla la retroalimentación o respuesta de las audiencias a los mensajes emitidos por los medios masivos; tal cual se reconoce en el siguiente detalle:

**Tabla 1**

*Modelo comunicativo de Harold Lasswell*

| <b>QUIÉN</b>                 | <b>DICE QUÉ</b>                  | <b>POR QUÉ<br/>CANAL</b>         | <b>A QUIÉN</b>                 | <b>CON QUÉ<br/>EFECTO</b>                       |
|------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------------------|
| Emisor                       | Mensaje                          | Medio<br>tecnológico y<br>formal | Receptor o<br>audiencia        | Respuesta                                       |
| Estudios sobre<br>el control | Estudios sobre<br>los contenidos | Estudios sobre<br>el medio       | Estudios sobre<br>la audiencia | Estudios sobre<br>efectos de la<br>comunicación |

*Nota.* La tabla 1, muestra el modelo funcionalista. *Introducción a las teorías de la información y la comunicación.* (p. 201) 2004, Universidad de Murcia (<https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20%2820%29/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf>).

También, se reconoce que este modelo centra su atención en cada uno de los elementos y como son abordados para su estudio, evidenciando que para el funcionalismo cada elemento de la comunicación cumple una determinada función a partir del rol que desempeña en el modelo. No es coincidencia que Aguado resalte que “Las críticas al modelo de Lasswell se centran esencialmente en dos aspectos: a) Su escasa atención al contexto social de la

comunicación b) Su ausencia de feed-back.” (2004, p. 202). Obviamente, el modelo carece de interacción entre los sujetos que son parte del proceso comunicativo, puesto que al funcionalismo no les interesa lo que las audiencias piensan o sienten, sino cual es la respuesta o el efecto que causa la información a partir de comportamientos colectivos.

### **3.3.4. *La radiodifusión: su historia y su actualidad***

La historia de los medios masivos de comunicación tiene un lugar privilegiado para la radiodifusión, tomando en cuenta su origen, su evolución y su actualidad, por el aporte social que hizo y hace al desarrollo de la humanidad.

Como en todos los campos de la ciencia, son muchas las personas que han puesto su “granito de arena” para el logro de los mayores éxitos. Este fue el caso de la radio, a cuyo descubrimiento, desarrollo y técnica se han ligado diferentes nombres; y todos, en una forma u otra, ya sea por la casualidad resultante de la investigación, por el azar, por el estudio en sí o por la necesidad surgida de las circunstancias, la hicieron una realidad, con todos sus beneficios y aplicaciones (García, 1980, p. 11).

Sin embargo, sin intención de contradecir a este autor, hay que reconocer que la radiodifusión es el resultado de un proceso de búsqueda científica a partir de fracasos y adelantos entre ensayos y pruebas:

...en 1907, Alexander Lee de Forest, norteamericano, descubre unas válvulas de electrodos que transforman las modulaciones del sonido en señales eléctricas.<sup>13</sup> Estas ondas, transmitidas de una antena a otra, podían ser reconvertidas nuevamente en vibraciones sonoras. Con estos tubos de vacío, que servían igualmente para enviar o recibir, nacía la radio, tal como la conocemos hoy: sin distancias ni tiempo, sin cables ni claves, sonido puro, energía irradiada en todas direcciones desde un punto de emisión y recibida desde cualquier otro punto, según la potencia de las válvulas amplificadoras (López, 2005, p. 7).

Con el invento de la radio es innegable que las comunicaciones mediáticas entraron en una nueva era, el tiempo de los aparatos electrónicos y la comunicación inalámbrica. Dos aspectos que revolucionaron la difusión y el intercambio de información tomando en cuenta que la radiodifusión rompía las barreras del tiempo y el espacio, puesto que la información viajaba

grandes distancias a una velocidad increíble, por lo que la información llegaba, desde el lugar de origen hasta el receptor, de manera casi inmediata, solo el tiempo que tardan las ondas sonoras por el aire.

Fue precisamente la Segunda Guerra Mundial la que puso de manifiesto la importancia informativa de la radio. El público estaba ávido por saber los acontecimientos y no iba a esperar a la mañana siguiente para conocerlos en los periódicos. La radio brindaba noticias calientes, había arrebatado para siempre la primicia informativa. Ante esto, los periódicos reacomodaron sus funciones y descubrieron una nueva responsabilidad de análisis, de confirmación de los hechos, de interpretación de un mundo confuso y complejo (López, 2005, p. 9).

Un aspecto, que se resalta, históricamente, es que la radiodifusión se hizo muy popular por el hecho de que las noticias llegaban con mucha más anticipación que otros medios masivos, puesto que una de sus características principales de este medio radicaba en su capacidad para brindaba información desde el lugar de los hechos, actualizando la información con datos frescos, situación que difería del periódico puesto que la publicación de la información era mediata. Así mismo:

A lo largo de la historia, con cada desarrollo mediático es habitual que se declare –bajo cierto temor por lo que viene– el fin de los medios predecesores. Así sucedió con la radio cuando, a mediados del siglo XX, apareció con potencia la televisión en el escenario mediático. Pero fuera de toda especulación, la radio continuó afianzando y creando nuevas prácticas. Desde su nacimiento somos testigos de una Radio que nace y renace en medio de cambios sociales incorporándose a escenarios de trabajo y de tiempo libre. En medios de transporte, en esperas y no lugares; como compañía, información y entretenimiento, forja suficiente historia para analizar al tiempo que presenta potencialidades para trazar caminos futuros (Bosetti y Espada, 2020, p. 9).

Es redundante, pero necesario, resaltar que la aparición de la radio y durante su evolución desplazó a un segundo lugar al periódico, sin embargo, la radio no perdió vigencia cuando parecieron otros medios comunicativos tecnológicamente más avanzados y más atractivos (televisión e internet), puesto que sus características funcionales la hacen propicia para acompañar cualquier labor sin interrumpir su desenvolvimiento natural; contrariamente, la televisión o el periódico, ni que se diga del internet, necesariamente requieren se dé una pausa en los quehaceres cotidianos para dedicarles el tiempo correspondiente.

Por otro lado, López afirma que:

Hoy se escucha más radio que en los años 50. Lo que pasa es que también se ve más televisión. Se ven más películas (aunque no sea en el cine), se habla más por teléfono, se navega más en Internet, se consumen más horas que nunca accediendo a todos los medios que estén a nuestro alcance. Cada uno tiene su originalidad, su espacio ganado en la vida diaria, sus ventajas y limitaciones, sus fanáticos y detractores. Pero todos coexisten. (2005, p. 9).

Lo importante es que la radiodifusión no pierde vigencia, ya sea de manera tradicional o ampliando su influencia en los medios digitales, puesto que este medio se adecua a los cambios que exigen el desarrollo científico mediático y al avance de la tecnología, que implica, necesariamente, el cambio de la dinámica del tratamiento informativo y la producción radiofónica.

Como bien dice Rafael Roncagliolo, los medios de comunicación no se suplantán, sino que se reacomodan.<sup>20</sup> Sucede lo del visitante que llega tarde, buscamos una silla más y el círculo de amigos y amigas se agranda. Nadie se va, todos se acondicionan en el salón. Cuando la radio nació, fue la prensa escrita la que se llenó de celos y se preocupó por el nuevo medio que ofrecía una mayor inmediatez informativa. Tanta fue la indignación de los periódicos, que prohibieron a la radio tomarlos como fuente informativa. Prohibieron a las agencias de prensa vender información a las emisoras. Desesperados, intentaron aprobar leyes que impidieran a la radio transmitir noticias. Naturalmente, de nada sirvieron estas intolerancias. (López, 2005, p. 9)

Es evidente el trabajo mediático que implica la lucha por la supremacía en el rating, aunque esto signifique una competencia desleal, en la que algunos medios tratarán de someter a la competencia, con diferentes ofertas informativas. Por lo tanto, La radiodifusión aún goza de gran aceptación por parte de las audiencias, lo que garantiza su vigencia a lo largo del tiempo. A pesar de la aparición y consolidación de nuevas tecnologías y plataformas digitales.

### ***3.3.5. Uso y utilidad de la radiodifusión***

Desde el origen de la radiodifusión se mostró su gran potencial comunicativo e informativo; sus características la hacen ideal para la recepción de mensajes en cualquier parte del planeta donde se den las condiciones tecnológicas para su funcionamiento. Según Bernal:

La radio es un medio de comunicación que nos ayuda a saber lo que pasa donde vivimos y en otros lugares, gracias al sonido, el cual viaja en ondas y puede cruzar el espacio; como su capacidad es tanta se pueden escuchar transmisiones radiales lejanas, porque el radio recibe señales por medio de una antena. (2009, p. 9)

Estas circunstancias técnicas y materiales han contribuido que la radiodifusión haya ido creciendo cada vez más, su utilidad es tan diversa, informativamente hablando, que ha promovido la consagración de todo un mundo e imaginario radiofónico, donde se desarrollan un sinnúmero de situaciones, desde la locución individual y colectiva; la recreación de contextos donde se apela a imaginación del oyente; el manejo de diferentes tipos de contenidos, condicionados por los géneros y formatos; circunstancias que se producen en este contexto mediático.

Tomando en cuenta que la radio es un medio de comunicación que llega a informar al oyente Bossetti nos dice que:

La radio es ese medio de comunicación que apela al oído, a la imaginación y a un orden sentimental ligado a nuestras primeras aproximaciones al medio en nuestra infancia. Es el medio que cuenta ya con una vasta historia donde mirar para desarrollar las enormes potencialidades que presenta de cara a su futuro (Bosetti y Espada, 2020, p. 10).

Un futuro que ya se convirtió en presente, porque la radio es un medio que luchó y lucha por subsistir entre lo analógico y lo digital, aunque hasta el momento supo adecuarse a los nuevos escenarios comunicativos del siglo XXI, es por eso que su recepción tiene muchas más posibilidades técnicas, puesto que ahora además del aparato radiofónico la señal puede llegar mediante el teléfono celular conectado a la red de internet.

En este contexto Bernal menciona que:

La radio acompaña la vida diaria de la gente, se escucha en todos los países, las ciudades y nuestras comunidades. A través de la radio conocemos las decisiones que se toman en el poder político, en lo económico y cultural. Nos cuenta lo que pasa en la vida de las personas. Sus relatos pintan cada época, nos describen historias, hechos y sucesos de la historia, hábitos y costumbres del momento (2009, p. 9).

Es innegable que gracias a la radiodifusión hay conglomerados humanos mejor informados, no sólo en el ámbito noticioso, sino en todos los géneros y formatos radiofónicos, como pregona el funcionalismo, informando, educando y entreteniendo, es decir, diversificando sus contenidos, de acuerdo a los públicos o audiencias a las que se dirige en cada programa. Al respecto Bosetti y Espada plantean que en el plano académico:

La radio también supone desafíos de enseñanza y aprendizaje, de investigación y de extensión, para las carreras de Comunicación Social y Periodismo. En ese contexto, las jornadas universitarias La radio del nuevo siglo se consagran como un escenario nacional necesario para reflexionar y construir conocimiento colectivo sobre un medio de comunicación testigo de los últimos cien años. Cada año en diferentes universidades, estudiosos de la comunicación radial presentan debates en torno a los desarrollos y transformaciones del medio como narrativa, como posibilitadora de usos sociales, como industria cultural. (2020, pp. 10-11)

Es así que la radiodifusión aún permite el aprovechamiento de sus diversas potencialidades, como medio de comunicación, como transmisor de información, como motor de la cultura y como objeto de estudio.

**3.3.5.1. El funcionalismo y la radiodifusión.** Desde el punto de vista funcionalista la radiodifusión es un medio masivo de comunicación, por lo cual, es ideal para la aplicación de esta corriente teórica.

Como medio de comunicación la radio juega un papel importante dentro de la sociedad. Es por ello que consideramos describir las funciones que lleva ésta dentro de nuestra vida social. Según Jorge Loayza, en su artículo *“El estatuto de la radio y la televisión”* incluye un orden de prioridades con respecto a la función de los medios masivos de comunicación establecido por la UNESCO en 1970 (Pacheco, 2008, p. 31).

Funciones, tales como: informar, educar y entretener, que se originan a partir de la identificación de las necesidades comunicativas sociales en el siglo XX, que con el tiempo sufrieron ciertas variaciones, modificaciones y adiciones entre sus funciones mediáticas, que por obvias razones también afectaron a los medios radiofónicos, tal cual se detalla a continuación:

**Tabla 2***Funciones de la radiodifusión*

| Nº | Función                        | Detalle                                                    |
|----|--------------------------------|------------------------------------------------------------|
| 1  | Información                    | Siendo ésta la libertad de emitirla y recibirla.           |
| 2  | Educación y cultura            | Considerando que todo informe educa y cultiva.             |
| 3  | Desarrollo                     | Con la labor de los medios en las tareas de modernización. |
| 4  | Movilización política y social | Labor de construcción nacional                             |
| 5  | Entretenimiento y recreación   |                                                            |
| 6  | Publicidad y anuncios          |                                                            |

*Nota.* Información preferente que emite la radio según su rol comunicativo. *Historia y evolución de la radio.* (p. 31) 2008.  
[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/pacheco\\_p\\_fl/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/pacheco_p_fl/capitulo2.pdf)

Adiciones que ocasionan serias observaciones sobre el carácter funcional de la radiodifusión, tomando en cuenta que originalmente la comunicación mediática asumió la teoría funcionalista, supuestamente porque su misión estaba definida de manera permanente y no podía sufrir ninguna variación, criterio que surgió en comparación con las funciones que cumplen los órganos que tiene el cuerpo humano. En este entendido, ambos organismos, el cuerpo humano y los medios masivos de comunicación, estaban destinados a cumplir trabajos específicos.

Es decir, que los medios masivos de comunicación son organismos que cumplen funciones determinadas que no pueden cambiar, tal cual ocurre con el corazón en el organismo humano, que su función es bombear sangre mediante la sístole y la diástole, no pudiendo sufrir modificación alguna; con el mismo criterio se asumió que las funciones de los medios comunicativos masivos eran informar, educar y entretener, nada más, por lo tanto, si sufre alguna variación escapa del criterio o límite de una función, lo que muchos llamarían una disfunción, una ruptura del orden establecido a nivel mediático, estas rupturas en el flujo normal de la comunicación pueden generar confusión.

Puesto que si cambia deja de ser una función y se convierte en una tarea.

**Tabla 3***Funciones de la radiodifusión y su intencionalidad*

| <b>Función</b>                          | <b>Detalle</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Función de atención recreativa          | Consiste en la comunicación de datos o experiencias vicarias que de alguna manera representan el objeto a conocer. Se puede decir que ofrecer el objeto en que pensar, delimitando por su impacto y el interés de los receptores. Tal es el caso de las noticias u objetos presentados en mensajes publicitarios o propagandísticos. También se consideran aquí las presentaciones artísticas que llevan a la complacencia o a la expresión de tipo estético. En ambos casos la intencionalidad radica en experimentar la experiencia.                                                                                                                                                                                                         |
| Función de intelección o pragmática     | Consiste en la exposición interpretativa de la conceptualización o reconceptualización, sistematización y contextualización de ideas, de categorías que, gracias a la repetición y confluencia de mensajes, en un proceso de asimilación configuran cosmovisiones, constituciones o reconstituciones de la realidad. Ofrecen una fórmula de cómo comprender la realidad, presentando un panorama coherente de relaciones de significaciones.<br>El caso manifiesto se encuentra en documentales, reportajes y se extiende a otros géneros donde se utiliza la técnica narrativa como teleteatros, novelas, películas, etcétera.<br>La intencionalidad es configurar (no fundamentar) creencias u opiniones respecto a la realidad comprendida. |
| Función de razonamiento o constitutiva  | Consiste en comunicar posiciones y contraposiciones, puntos de vista diferentes, probabilidades y certezas para suscitar dudas, la reflexión. El caso más obvio para ejemplificar esta función comprende los debates transmitidos por los medios, ya sea que se presenten configurados como debate, o los artículos o comentarios de tipo editorial, que provocan reacciones y respuestas de otros medios.<br>La intencionalidad es llevar a juicios fundamentado y como aspecto técnico el énfasis se encuentra en la penetración y carácter <i>multimedia</i> de los sistemas actuales de comunicación.                                                                                                                                      |
| Función de responsabilidad o sustantiva | Consiste en facilitar el conocimiento de significaciones comunes acerca de la realidad histórica social para crear una auténtica comunidad de acciones solidarias.<br>Como ejemplo se pueden citar los casos de desastres en una población, que al ser dados a conocer por los medios motivan la participación solidaria de los receptores.<br>La extensión y cobertura de los medios constituyen el aspecto técnico más importante dentro de esta función.                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

*Nota.* En la tabla 3, se menciona el propósito del contenido mediático de la radiodifusión. *Conocimiento y comunicación.* (p. 376) 1994. Alhambra Mexicana S.A. de C.V.

De esta manera, se develan aspectos trascendentales sobre las funciones que cumplen estos medios masivos en la sociedad, centrando su atención, además en la intencionalidad

comunicativa e informativa. Tomando algunos preceptos expuestos se puede decir que la realidad es retratada desde diferentes ángulos, encuadres, perspectivas o enfoques, en el sentido que hay una intención de presentar los hechos: tal cual ocurrieron; como lo ve el comunicador; como debe presentarse al público, aunque se distorsione la realidad. Todo ello, respondiendo a la necesidad del medio, de los trabajadores de los medios o de las audiencias.

### **3.3.6 Géneros y formatos que utilizan los medios de comunicación**

Los géneros tienen relación directa con la personalidad y el tipo de contenidos que se emiten en un documento y que son identificados por el perceptor, es decir, que el emisor y receptor le dan el mismo sentido textual. Por lo tanto, se puede afirmar que:

El género es un sistema de presuposiciones compartidas entre emisor y receptor. La rae lo define como «cada una de las distintas categorías o clases en que se pueden ordenar las obras según rasgos comunes de forma y de contenido». La definición de género persigue un triple objetivo:

1. Facilitar la organización del trabajo profesional.
2. Procurar la nomenclatura que permita el estudio en profundidad.
3. Sistematizar la enseñanza de las distintas destrezas profesionales. (Izquierdo, 2016, p. 30).

En este sentido, los géneros presentan rasgos comunes entre los tipos de textos. Por ello, para su producción se siguen ciertas normas de redacción o tratamiento específicos para cada género, puesto que uno de ellos difiere de los demás por sus especificaciones particulares, propias de cada texto.

Al respecto, López considera que “Los géneros, entonces, son los modelos abstractos. Los formatos, los moldes concretos de realización. En realidad, casi todos los formatos podrían servir para casi todos los géneros.” (s/f, p. 80). Es importante diferenciar entre géneros y formatos. Un género agrupa a varios formatos, y especifica cuáles son las características para su producción, sin embargo, un formato es la producción misma del texto, en este entendido, es necesario graficar lo abstracto y lo concreto:

El género, es abstracto porque se representa la parte general del texto, mientras que el

formato refleja la parte específica.

Es por eso que dentro del periodismo existe el género noticioso, pero este denominativo se da a un conjunto de textos de diferente tipo.

Tales como: la nota, el reportaje, la crónica y la entrevista. Como se puede observar la generalidad es abstracta (género), pero la lo específico es lo concreto (formatos).

**3.3.6.1 Los géneros en radiodifusión.** Los géneros informativos radiofónicos son aquellos procedimientos relacionaos con el tratamiento de la información que tienen rasgos similares, tanto en la estructura como en el contenido, tomando en cuenta que son “Modelos de representación de la realidad que otorgan estructura y orden a los contenidos de la radio para conseguir la creación de sentido por parte del emisor y la interpretación de sus mensajes por parte del receptor.” (Martínez y Díez citados por Izquierdo, 2016, p. 30). Todo esto puesto que nos indica que los géneros en radio difusion responden a un propósito dentro de la programación radial y su estructura.

Es así que el receptor interpreta a su manera y da sentido a los contenidos de diferentes naturalezas tales como son: noticiosos, de opinión, educativos, de entretenimiento, crónicas, cultural

Cada uno con características propias, pero, que en principio fue elaborado por el emisor asumiendo que el receptor compartiría su intención comunicativa. “Los géneros radiofónicos son categorías de programas que se fundamentan en, un acuerdo implícito entre emisores y receptores, conforme a un conjunto de reglas de producción institucionalizadas y reconocibles.” (Alcudia citado por Izquierdo, 2016, p. 30). Es por ello que los medios radiofónicos explotan más algunos géneros que otros, en función de sus objetivos comunicativos y las características inherentes, según su intencionalidad informativa, esta selección estratégica les permite maximizar su impacto y eficacia en la transmisión de mensajes.

Consecuentemente, es necesario revisar el siguiente contenido:

**Tabla 4***Géneros radiofónicos*

| <b>PERSPECTIVAS</b> | Según el modo de producción de los mensajes                                                              | Según la intención del emisor                                                                                                                                                                                                                             | Según la segmentación de los destinatarios                                                                                                                                                |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GÉNERO</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dramático</li> <li>• periodístico</li> <li>• Musical</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informativo</li> <li>• Educativo</li> <li>• De entretenimiento</li> <li>• Participativo</li> <li>• Cultural</li> <li>• Religioso</li> <li>• De movilización</li> <li>• Social</li> <li>• Publicitario</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Infantil</li> <li>• Juvenil</li> <li>• Femenino</li> <li>• De tercera edad</li> <li>• Campesino</li> <li>• Urbano</li> <li>• Sindical</li> </ul> |

*Nota.* Datos de la tabla 4, fueron basados en el menú de producción radiofónica. “Manual urgente para radialistas apasionados”. (p. 81) s/f. Radialista. [https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013\\_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf](https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf)

Como se observa en la tabla, los géneros son variados y responden a determinadas percepciones; todos ellos, en su nominación, explicitan el tipo de información que contienen, por lo que se diferencian de los demás. Todo esto, a partir de tres aspectos importantes: el tratamiento informativo; el propósito de quien realiza este tratamiento; y, a quién está dirigido.

Con respecto a estas consideraciones Restrepo y Herrera explican que:

Los géneros organizan conjuntos de pautas y códigos de comunicación que posibilitan el trabajo tanto a productores como escuchas y que vehiculizan la comunicación de determinados temas, se originan en contenidos culturales no siempre fáciles de explicar, de ahí la importancia de conocer los diferentes géneros y formatos que un productor radial puede realizar tanto desde los estudios como desde el campo abierto. (2010, p. 26)

Entendido de esta manera, un género radiofónico, es un instrumento de naturaleza arbitrario y convencional, puesto que implica una codificación particular para cada caso, En esencia, los géneros radiofónicos no son categorías fijas ni universales, sino estructuras flexibles y adaptativas, es decir, para la producción, emisión y lectura el texto informativo se establecieron acuerdos que determinaron la forma y el contenido de cada género.

**3.3.6.2. Los formatos en radiodifusión y sus funciones.** Los formatos son la producción material de un contenido, basados en una estructura, elemento que permite diferenciar entre formatos. Para Bernal “Formatos radiales: son las diferentes formas de organizar la información recopilada. Dan lugar a los programas que escuchamos en la radio.” (2009, p. 9). Esta sistematización de los contenidos permite diferenciar los tipos de géneros y, mediante ellos, los tipos de programas, es decir, estas formas se traducen en noticias, reportajes, entrevistas, crónicas, comentarios, música, tal cual se detalla de la siguiente manera:

**Tabla 5**

*Formatos radiofónicos*

| <b>Géneros</b>             | <b>Formatos</b>                                                |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------|
| Periodístico o informativo | Reportaje radial en vivo                                       |
|                            | Vox pop (Encuesta radial)                                      |
|                            | Entrevista                                                     |
|                            | Reportaje                                                      |
|                            | Informe                                                        |
|                            | Crónica                                                        |
|                            | Documental                                                     |
|                            | Noticia o nota informativa                                     |
| Dramático                  | Comentario                                                     |
|                            | Radiodrama                                                     |
|                            | Sociodrama                                                     |
|                            | Radioteatro                                                    |
|                            | Radionovela                                                    |
|                            | Estampas dramatizadas                                          |
|                            | Cuento                                                         |
| Musical                    | Leyenda                                                        |
|                            | Cántame tu vida (Semblanza musical sobre vida de algún músico) |
|                            | Canciones                                                      |
|                            | Canción dramatizada                                            |

*Nota.* Contenidos informativos según su intencionalidad. “Manual de producción radial de la Escuela del Aire – MINEDU”. (p. 2) s/f. <https://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2021/06/Formatos-radiales.pdf>

Como se dijo con anterioridad, los formatos, en radiodifusión, son parte específica de cada género por lo que se manifiestan de una manera particular, dependiendo al género al cual están adscritos. Algunos de ellos más ceremoniales y formales, otros más libres e informales.

Sin embargo, es necesario tomar en cuenta algunas reflexiones importantes sobre los formatos y su uso.

- No se trata de hacer una colección de definiciones de formatos, sino de tener un amplio y atractivo menú de insumos para nuestras producciones radiales.
- Conozca los formatos existentes y sus características, pero para innovarlos, recrearlos y hacerlos más creativos. No se quede con la misma forma de producirlos siempre.
- Los formatos son modelos concretos de realización que pueden servir para todos los géneros. No se encasille, no se ponga “camisa de fuerza”, vuele con libertad por la creatividad para comunicar mensajes impactantes.
- El ejercicio diario te permitirá manejar mejor los formatos e innovarlos. (Gargate, s.f., p. 2)

Dos aspectos resaltan ante los demás: primero, es necesario conocer la dinámica con que funcionan los formatos, pensando en hacerlos más operativos y atractivos; segundo, los formatos pueden funcionar para para diferentes géneros, es decir, acomodarse al contexto informativo según la necesidad del medio en base a su programación, puesto que los contenidos son de distinta naturaleza.

### **3.3.7 Programación radial**

La programación radiofónica responde a la planificación de los programas y contenidos que se difunden periódicamente: diaria, semanal o mensual. “Una programación radial es un diseño comunicativo formal, que pretende captar la atención del radioescucha.” (Arias 2020, p. 8). La formalidad de la programación se refleja en que responde a aspectos estructurales y conceptuales bien organizados, tomando en cuenta los programas y su horario de transmisión; además, que es el referente institucional directo, puesto que la radioemisora presenta su oferta programática a la sociedad; este aspecto es trascendental para el prestigio de la institución, puesto que hace alusión a la personalidad y seriedad de la emisora radial, tomando en cuenta el compromiso mediático con los radioescuchas, influyendo en su prestigio y calidad informativa y comunicacional.

**3.3.7.1. Modelos de programación radial.** Los modelos son estructuras que sirven como referentes propicios para seguir, en la radiodifusión un modelo es la forma como se

organizan los programas, los contenidos y el tiempo de los mismos. En este entendido, se presentan diferentes tipos de modelos de programación radiofónica, para ser más exactos, cinco modelos.: público, privado, generalista, temático y gratuito.

Los modelos de programación radial son producto de un tratamiento informativo planificado o, por el contrario, improvisado o fortuito, ya que los hechos, los acontecimientos, las actividades que se transmiten en la radio pueden surgir de una programación estructurada con anticipación como de situaciones inesperadas que se presentan en el momento.

Todos ellos con sus características generales y específicas correspondientes, que las clasifican de manera tal cual se detalla en las siguientes tablas:

**Tabla 6**

*Modelo radiofónico público de programación*

| <b>Modelo</b>                  | <b>Detalle</b>                                                                      |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Modelo público de programación | Predominio de la planificación cultural en el diseño de las parrillas.              |
|                                | Establecimiento de una dieta equilibrada entre los diferentes géneros y contenidos. |
|                                | Búsqueda de técnicas de programación basadas en la rentabilidad social del medio.   |
|                                | Consideración de las minorías como público televisivo                               |

*Nota.* Datos tomados de los Modelos, procesos y técnicas de programación. “Teoría de programación de radio y televisión”. (p. 17) 2016. UNE. [https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/162512/s116\\_impresora.pdf](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/162512/s116_impresora.pdf)

El modelo público de programación privilegia la calidad informativa, puesto que presenta variedad entre sus contenidos emitidos, de esta manera beneficia a diferentes sectores de la sociedad. Para este tipo de programación el factor lucrativo pasa a un segundo plano, priorizando como ganancia una audiencia bien informada.

Caso contrario de lo que ocurre en el modelo privado de programación, que se presenta a continuación:

**Tabla 7***Modelo radiofónico privado de programación*

| <b>Modelo</b>                  | <b>Detalle</b>                                                                                                            |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Modelo privado de programación | Planificación estratégica destinada a la maximización de beneficios económicos.                                           |
|                                | Predominio de los programas vinculados al entretenimiento y al ocio.                                                      |
|                                | Utilización de técnicas de programación altamente complejas para maximizar la audiencia y aumentar la eficacia mercantil. |
|                                | Programación orientada al gran público.                                                                                   |

*Nota.* Contenido observado desde el punto de vista lucrativo. “Teoría de programación de radio y televisión”. (p. 17) 2016. UNE.  
[https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/162512/s116\\_impresora.pdf](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/162512/s116_impresora.pdf)

Este modelo, contrariamente al anterior, privilegia el aspecto lucrativo, puesto que toda su programación está dirigida a captar la atención de la mayor cantidad de radio oyentes, este rating que alcanza su programación, que es muy llamativa y entretenida, permite captar la atención de una gran cantidad de auspiciadores. De carácter similar, pero, con algunas variaciones, es el siguiente modelo:

**Tabla 8***Modelo radiofónico generalista de programación*

| <b>Modelo</b>                      | <b>Detalle</b>                                                            |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Modelo generalista de programación | Oferta caracterizada por la diversidad de géneros.                        |
|                                    | El diseño de la programación se ve condicionado por el enfoque comercial. |
|                                    | La programación se orienta hacia la búsqueda de audiencias masivas.       |
|                                    | Modelo unidireccional con carácter monológico.                            |
|                                    | La programación se entiende como un flujo continuo                        |
|                                    | Fuerte peso del prime time.                                               |
|                                    | Vinculación con la gratuidad.                                             |
|                                    | Altos costes de producción.                                               |
|                                    | Importancia de la imagen de marca                                         |

*Nota.* Contenido observado desde el punto de vista social. “Teoría de programación de radio y televisión”. (p. 18) 2016. UNE.  
[https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/162512/s116\\_impresora.pdf](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/162512/s116_impresora.pdf)

A partir de la variedad de contenidos saca a relucir su aspecto lucrativo y productivo, puesto que invierte en la producción de sus programas para darles un status ante la sociedad, elevando de esta manera su imagen, logrando el reconocimiento social e institucional, que le permite escalar entre las radios privilegiadas que acceden a contratos jugosos por concepto de publicidad y propaganda.

**Tabla 9**

*Modelo radiofónico temático de programación*

| Modelo                          | Detalle                                         |
|---------------------------------|-------------------------------------------------|
| Modelo temático de programación | Oferta constituida a partir de monogéneros.     |
|                                 | Vinculación con la televisión multicanal.       |
|                                 | Segmentación del público.                       |
|                                 | Importancia de las guías de programación (epg). |
|                                 | Implantación de nuevas formas de emisión.       |
|                                 | Instauración de un discurso fragmentado.        |

*Nota.* Contenido observado desde el punto de vista mensaje. “Teoría de programación de radio y televisión”. (p. 18) 2016. UNE.  
[https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/162512/s116\\_impresora.pdf](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/162512/s116_impresora.pdf)

El modelo temático de programación trabaja con géneros puros, es decir, no combina contenidos, puesto que los públicos son definidos según cada programa. Hay programas para niños, adolescentes, adultos, varones, mujeres, específicamente dedicados a uno de estos segmentos de la audiencia, a partir del uso del lenguaje utilizado, ya que éste también es segmentado. Según el tipo de contenidos y audiencia a quien va dirigida la información.

**Tabla 10**

*Modelo radiofónico gratuito de programación*

| Modelo                          | Detalle                                                                                                    |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Modelo gratuito de programación | Asociado al modelo generalista.                                                                            |
|                                 | Acceso no condicionado a los contenidos.                                                                   |
|                                 | Financiación indirecta: impuestos y/o canon para modelo público y consumo publicitario para modelo privado |

*Nota.* Contenido observado desde el punto de vista social. “Teoría de programación de radio y televisión”. (p. 18) 2016. UNE.  
[https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/162512/s116\\_impresora.pdf](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/162512/s116_impresora.pdf)

El modelo gratuito de programación no restringe el acceso a la programación, es decir, no segmenta a su audiencia, por el contrario, lo generaliza, tomando en cuenta su variedad, considerando además que el acceso a la información y los contenidos son gratuitos.

En ciertos casos se permite realizar programas sin costo alguno, puesto que las emisoras no son de carácter lucrativo sino de carácter comunitario y popular.

### **3.4 Marco conceptual**

#### **3.4.1. Funciones**

Las funciones son estructuras sociales establecidas que no pueden sufrir cambios, modificaciones o alteraciones en su concepción y propósito original. Aguado plantea que:

Son las consecuencias observables de la interacción regular que favorecen la adaptación, ajuste o mantenimiento de un sistema o un modelo estructural dado. Por ejemplo: el que los medios de comunicación transmitan los valores y rasgos culturales de una sociedad constituye una función, en tanto en cuanto esa transmisión contribuye al mantenimiento de esa forma social a través de la configuración de una identidad colectiva. (2004, p. 170)

Es decir, la función está programada para garantizar la mantención del estado de cosas establecido dentro de la sociedad, al cual contribuyen los medios masivos de comunicación.

#### **3.4.2. Medio de comunicación**

Los medios de comunicación son aquellos que permiten la transmisión de contenidos de un emisor hacia un receptor, sea cual fuere su naturaleza, de manera directa o personal, indirecta o impersonal. Por tanto, se puede afirmar que “Es el medio que se usa para transmitir información, estos pueden ser: prensa, revistas y cartas (escritura), radio (sonido), televisión y cine (sonido e imagen).” (Bernal, 2009, p. 9). De esta manera, los modelos de programación radial cumplen eficazmente su función de enlace entre los hechos de la realidad y la sociedad, facilitando la comunicación y el intercambio de información entre ambos.

### **3.4.3. Radiodifusión**

El Estado Plurinacional de Bolivia, mediante la Ley N° 164, artículo 6, parágrafo II, numeral 35, norma que: “Servicio de radiodifusión. Son los servicios cuyas emisiones se destinan a ser recibidas directamente por todo el público sin otra restricción que no sea la de contar con un aparato receptor. Estos servicios incluyen los de radio y televisión.” (2011, p. 7). Es aquel que mediante una señal transmite contenidos a grandes distancias sin necesidad más que de un transmisor y un receptor, un emisor y un receptor.

### **3.4.4. Audiencia**

La radiodifusión tiene determinado público, es decir, los radioescuchas, que utilizan este medio para informarse, educarse o entretenerse. Por tanto, las audiencias son “Todas las personas que escuchan o ven un programa. Es el público al que nos dirigimos.” (Bernal, 2009, p. 10). Personas que sintonizan un dial o estación de radio según su preferencia.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

El análisis e interpretación de resultados de esta investigación se lo realizó de acuerdo al orden que están planteados y enmarcados los objetivos específicos este enfoque sistemático permitió una evaluación rigurosa y coherente de los datos recabados

Procedimiento que se asumió para que el estudio sea fácilmente entendible, es decir, sobre el manejo de los géneros y formatos radiofónicos, estructura, contenidos que emiten y realizan los comunicadores de las diferentes casas radiales del municipio de Cobija a ser estudiadas.

Asimismo, es necesario reiterar y remarcar que de todas las radioemisoras de Cobija se tomó a tres radioemisoras para su estudio: Radio Perla del Acre, Radio Universitaria y Radio Pando.

#### **4.1. Tipos de programación que emplean las radioemisoras del municipio de Cobija**

Los tipos de programación que utilizan los medios radiofónicos están estrechamente ligados a los programas que emiten y al tipo de interés que tienen, es decir, social, comercial, comunitaria, entre otras, cada emisora de radio diseña su programación en función de sus objetivos y del perfil de su audiencia, reflejando distintos tipos de interés y necesidades

Por ello es necesario identificar los programas que emiten cotidianamente estas radioemisoras, para identificar al tipo de programación que se adscriben y vinculan.

En este sentido, se presenta la siguiente información de las tres radioemisoras que fueron estudiadas:

**Tabla 11***Programas Radio Perla del Acre*

| Nº | Programa                              | Hora inicio | Hora final |
|----|---------------------------------------|-------------|------------|
| 1  | Despierta Cobija                      | 06:00 a.m.  | 09:00 a.m. |
| 2  | Contacto Latino                       | 09:05 a.m.  | 11:38 a.m. |
| 3  | Conexión                              | 12:00 a.m.  | 15:00 p.m. |
| 4  | Poder Joven Radio Dj Daniel Rodríguez | 15:09 a.m.  | 18:00 p.m. |
| 5  | Atardecer Ranchero                    | 18:00 p.m.  | 21:00 p.m. |
| 6  | Siguiendo la Luna                     | 21:00 p.m.  | 00:00 a.m. |

*Nota.* Datos obtenidos de la programación. Elaboración propia, 2023.

Esta radioemisora, dentro de su programación cotidiana, de manera permanente, sólo utiliza seis (6) programas, cada uno de ellos con sus características específicas:

- Inicia con una radio revista, la cual emite información periodística del acontecer local, nacional e internacional; contenido, además, sometido a diferentes procesos de reflexión. Un dato importante es que, de las 18 horas, 3 horas están dedicadas a contenidos de opinión. Los programas de estas características comprenden el 11% de la programación.
- Presenta, también, cuatro programas de índole de entretenimiento, que ocupan diferentes espacios dentro de la programación, puesto que sus emisiones están en distintos horarios. Estos programas son en su totalidad de carácter musical, de variados estilos y tipos, de los que resaltan las tendencias juveniles, sobresaliendo la música mexicana, y por la noche miscelánea musical. Todos estos programas son amenizados además con variedad de contenido entre entrevistas, historias, anécdotas y notas curiosas.

Un dato importante es que 11 ½ horas están dedicadas al entretenimiento. Los programas de estas características comprenden el 67% de la programación.

- Por último, presenta un programa de carácter noticioso, que emite información del ámbito local con preferencia, amenizada con música. Es importante resaltar que 3 horas están

dedicadas a este ámbito informativo. Los programas de estas características comprenden el 22% de la programación. Todos estos programas son amenizados además con variedad de contenido

Como se puede observar la programación cotidiana que emite Radio Perla del Acre es reducida y muy limitada, dando énfasis a aspectos llamativos, creativos, relajantes, de la comunicación radial, por eso es importante complacer a su audiencia en los aspectos anímicos.

Otro aspecto que se debe tomar en cuenta, que no se puede dejar de notar, y se muestra como uno de los pilares fundamentales, es la publicidad y propaganda que se difunden en este medio radial.

Definiendo de esta manera el tipo de programación que emplea, es decir, el modelo privado, que presenta las siguientes características:

- Planificación estratégica destinada a la maximización de beneficios económicos.
- Predominio de los programas vinculados al entretenimiento y al ocio.
- Utilización de técnicas de programación altamente complejas para maximizar la audiencia y aumentar la eficacia mercantil.
- Programación orientada al gran público. (Izquierdo, 2016, p. 17).

Es evidente que el interés del medio es de carácter lucrativo, privilegiando el aspecto comercial y económico de la actividad radiofónica.

Es por eso que da mucha importancia al rating, que garantiza un nivel apropiado de audiencia, pues de esta manera logra captar más auspiciadores y generar mayores ingresos financieros.

El segundo medio que se observó la programación es Radio Universitaria, que presenta la siguiente información:

**Tabla 12***Programas Radio Universitaria*

| Nº | Programa                                    | Hora inicio | Hora final |
|----|---------------------------------------------|-------------|------------|
| 1  | Cafecito Caliente                           | 06:30 am    | 08:30 am   |
| 2  | Espacio de músicas                          | 08:30 am    | 09:00 am   |
| 3  | Dosis diaria                                | 09:00 am    | 10:30 am   |
| 4  | Espacio de músicas                          | 10:30 am    | 11:30 am   |
| 5  | Flash informativo con presentación          | 11:30 am    | 12:00 am   |
| 6  | DeporTV                                     | 12:00 am    | 13:00 pm   |
| 7  | Noticiero meridiano TVU                     | 13:00 pm    | 14:00 pm   |
| 8  | Espacio de músicas                          | 14:00 pm    | 15:00 pm   |
| 9  | Sin presión Podcast                         | 15:00 pm    | 16:00 pm   |
| 10 | Espacio músicas                             | 16:00 pm    | 17:00 pm   |
| 11 | Conversemos DE                              | 17:00 pm    | 18:00 pm   |
| 12 | Radio y noticias, señal canal universitario | 18:00 pm    | 19:00 pm   |
| 13 | Espacio de músicas                          | 19:00 pm    | 20:00 pm   |
| 14 | Cafecito caliente (Reprís)                  | 20:00 pm    | 21:00 pm   |
| 15 | Espacio de músicas                          | 21:00 pm    | 22:00 pm   |
| 16 | Dosis diaria (Reprís)                       | 23:00 pm    | 00:00 am   |

*Nota.* Datos obtenidos de la programación. Elaboración propia (2023).

Esta radioemisora, dentro de su programación diaria, de manera permanente, utiliza dieciséis (16) programas, cada uno de ellos con sus características propias:

- Su programación inicia con una radio revista, que privilegia en su contenido información periodística del ámbito local, nacional e internacional, acompañada con una fuerte tendencia de opinión. Son cinco programas que comparten la misma tendencia, aunque los temas que se tratan dependen del público al cual va dirigida la información emitida. Esta cantidad de programas, que tienen variedad de contenidos, refleja el 28% de la programación, que se materializa en cinco horas de emisión.
- Por su parte, los programas de entretenimiento tienen fuerte presencia en la programación de esta radioemisora. Le dedican seis espacios, entre media y una hora cada una, brindando exclusivamente música. Además, que tiene presencia en los programas denominados como revista, en al que su participación es menor, pero, no menos importante. Los programas de

esta naturaleza consideran el 39 % de la programación, que significa cinco horas y media de transmisión.

- De igual manera, y en la misma proporción que los de entretenimiento, los programas de tendencia noticiosa están fuertemente presentes en la programación de Radio Universitaria, desde el inicio de emisión, durante diferentes momentos y espacios, hasta el cierre de emisión.
- Los programas de tendencia noticiosa son la columna vertebral de esta emisora radial. Los programas de estas características comprenden el 33% de la programación, que se traducen en seis horas de información.

Como se puede observar la programación diaria que emite Radio Universitaria, en comparación con Radio Perla del Acre, es mucho más amplia y diversificada. Asimismo, asume una tendencia más periodística, tomando en cuenta que los programas, en su mayoría, son de tendencia noticiosa y de opinión.

Estos aspectos son importantes, puesto que definen el tipo de programación que asume esta casa radial; asumiendo, además, que la finalidad de esta emisora radial no es de carácter lucrativo ni comercial, sino que está orientada hacia objetivos académicos, científicos y **sociales**. Por lo tanto, se puede adscribir al modelo público de programación, conforme a sus características:

- Predominio de la planificación cultural en el diseño de las parrillas.
- Establecimiento de una dieta equilibrada entre los diferentes géneros y contenidos.
- Búsqueda de técnicas de programación basadas en la rentabilidad social del medio. (Izquierdo, 2016, p. 17).

Es evidente que el interés del medio no es de carácter lucrativo, por el contrario cumple una función social trascendental, por diversas razones:

- Pertenece a Universidad Amazónica de Pando, institución de educación superior de carácter estatal y público.
- Es financiada con fondos públicos, a través de un presupuesto asignado, por lo que su funcionamiento no depende del auspicio de organizaciones o instituciones privadas ni públicas.
- El carácter publicitario pasa a un segundo plano, pero, se enfatiza en la promoción de la universidad como institución y mediante ella a sus diferentes carreras.

Por estas razones es que su programación es de carácter social, puesto que la Casa Superior de Estudios pandina debe estar en constante contacto con la sociedad. Es por eso que estructura una propuesta informativa diversa, que no solo informa, sino que también educa y conecta a la comunidad universitaria con los problemas y desafíos que enfrenta la sociedad actual. Esta propuesta busca no solo ampliar el conocimiento académico, sino también promover la reflexión crítica y la participación activa de los estudiantes y la comunidad en general en la construcción de un entorno más inclusivo y participativo.

El tercer medio en el que se observó la programación es Radio Pando, que presenta las siguientes características:

**Tabla 13**

*Programas Radio Pando*

| Nº | Programa                                                                | Hora inicio | Hora final |
|----|-------------------------------------------------------------------------|-------------|------------|
| 1  | Música nacional                                                         | 06:30 am    | 07:00 am   |
| 2  | Buenos días amazonia                                                    | 07:00 am    | 08:00 am   |
| 3  | Contacto nacional con cadena radio Santa Cruz – Red amazónica satelital | 08:00 am    | 09:00 am   |
| 4  | La Revista musical con música estelar                                   | 09:00 am    | 12:00 am   |
| 5  | Onda amazónica – informativo multimedia con periodistas del área rural  | 12:00 pm    | 14:00 pm   |
| 6  | Panorama musical                                                        | 14:00 pm    | 17:00 pm   |
| 7  | Música mexicana                                                         | 17:00 pm    | 18:00 pm   |
| 8  | Reflexiones                                                             | 18:00 pm    | 19:00 pm   |
| 9  | Especial de artista                                                     | 19:00 pm    | 20:00 pm   |
| 10 | Música variada (miscelánea)                                             | 20:00 pm    | 21:00 pm   |
| 11 | Reprís Onda Amazónica                                                   | 21:00 pm    | 23:00 pm   |

*Nota.* Datos obtenidos de la programación. Elaboración propia (2023)

Esta radioemisora, dentro de su programación utiliza once (11) programas, cada uno de ellos con sus especificaciones propias:

- La programación de Radio Pando inicia con un espacio musical, durante media hora. Posteriormente, se dedican cinco espacios más para dedicar al mundo del entretenimiento, desde media a tres horas de duración. Un dato importante es que de las 16 ½ horas, 9 ½ horas están dedicadas al entretenimiento. Los programas de estas características comprenden el 50% de la programación.
- Por su parte, tres programas tienen fuerte presencia de contenido noticioso. Sus emisiones corresponden al horario matutino, meridiano y nocturno. Del total de tiempo que dura la programación, dedican 5 horas al ámbito informativo periodístico, que se reduce a la mitad del tiempo que se dedica al entretenimiento. Los programas de estas características comprenden el 33% de la programación.
- Por último, se emiten 2 programas con carácter de opinión, es decir, se dedican al comentario, reflexión, crítica, debate, discusión, análisis de la situación de diferentes contextos a nivel local y nacional, en diferentes ámbitos informativos. El tiempo que se dedican entre los dos programas es de 2 horas, menos de la mitad de lo que se dedica al ámbito noticioso, y, 4 veces menos del tiempo de entretenimiento. Los programas de estas características comprenden el 17% de la programación.

Como se puede observar la programación diaria que emite Radio Pando equilibra entre entretenimiento e información periodística, sin embargo, la diferencia está en el tiempo que se dedica a estos dos ámbitos de la programación; se ocupa más tiempo para entretener (9 ½ horas) y menos tiempo para informar (7 horas), diferencia que marca la tendencia preferente de esta radioemisora, es decir, el modelo privado, que presenta las siguientes características, tal cual ocurre con Radio Perla del Acre, evidenciando que el interés del medio es de carácter lucrativo, privilegiando el aspecto comercial y económico.

Los aspectos anteriores están íntimamente relacionados con las líneas informativas o

perfiles radiofónicos que tiene cada una de las radioemisoras, elementos que guían todo el accionar de cada medio, puesto que define su ideología, aunque algunos sólo siguen la línea editorial de otros medios tradicionales, tal cual lo refiere el Director de Radio Perla del Acre, D. Esquivel ...nosotros normalmente extraemos de periódicos consolidados digitalmente, son periódicos de tiraje nacional como El Deber, La Razón, no nos guiamos por medios digitales locales, o medios nacionales que no tengan tradición en cuanto a sus noticias. Directamente me voy a mis fuentes netas, el periódico El Deber, La Razón incluso CNN, también como estamos en frontera y a veces quiero una noticia de aquí de al frente, busco la página Alto Acre que ya lleva más de 20 años haciendo noticias, esos son medios confiables para nuestra radio. (Comunicación personal, 21 de abril de 2023). Es decir que esta radio sigue una línea y usa como fuente principal medios tradicionales a nivel internacional y nacional.

Entonces, Radio Perla de Acre, aparentemente, no tiene una línea informativa propia, que marque su identidad como medio radiofónico en razón de su ideología, puesto que no realiza el tratamiento informativo noticioso, sino que se adscribe a líneas editoriales externas, de carácter nacional o internacional, que considera como propuestas informativas válidas, afirmando que no acude a medios locales como fuentes de información puesto que, solo consulta medios con comprobada credibilidad mediática y social.

Por su parte, la responsable de la Radio Universitaria, G. Mamani, explica que:

El perfil informativo siempre está basado a la sociedad, dar voz a las personas a los ciudadanos, ver sus demandas estar al tanto de las demandas que tienen como barrio, y también el ámbito político, abarcamos lo que es más importante lo coyuntural pero nuestro mayor trabajo siempre es con la sociedad de darles cobertura. (Comunicación personal, 23 de abril de 2023).

Según esta declaración la línea informativa de Radio Universitaria es de carácter social, es decir, la radioemisora tiene una tendencia informativa con gran sentido de servicio a la sociedad, puesto que da cobertura a todos los miembros de la sociedad que así lo requieran, democratizando el proceso comunicativo, abriendo los micrófonos sin ningún tipo de censura ni discriminación.

Sin embargo, por ser una emisora radial perteneciente a una casa superior de estudios, también, su perfil radiofónico debía fomentar una programación dirigida al aspecto académico, situación que la responsable de Radio Universitaria no toma en cuenta, aunque periodistas que trabajan en esta emisora si hacen referencia a ello, tal cual se presenta en el siguiente detalle:

**Tabla 14**

*Entrevista a periodistas sobre la línea informativa o perfil radiofónico*

| Nº | Radio emisora y entrevistado         | Declaración                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Radio Perla del Acre.<br>Juanpi      | Son de actualidad, coyuntural y dependiendo si es de interés si es que es noticia de otro lado.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 2  | Radio Universitaria<br>Beimar        | ...priorizamos la información académica de la Universidad Amazónica de Pando, porque es una área dependiente precisamente de esta casa superior de estudios, también a lo que refiere el ámbito educativo, se trabaja en lo que es programas que tal vez se tenga en convenio con alguna otras instituciones, y también una forma de utilizar este medio para llegar a un tipo de capacitación o información principalmente también al área rural, también es la mayor cantidad de población meta que tiene la radio. |
| 3  | Radio Universitaria<br>Jael Peñaloza | Creo que sería principalmente académica, coyuntural y de actualidad, no olvidemos que es una radio de la UAP, por tanto, se centra en lo académico, solo que no mucha gente le interesa eso, es por eso que muchas veces nos salimos de nuestra línea y objetivo principal que es lo académico y tenemos que terminar abarcando otros temas que no tienen que ver con eso.                                                                                                                                            |

*Nota.* Datos obtenidos mediante entrevista personalizada. Elaboración propia (2023).

El periodista de Radio Perla del Acre ratifica, las declaraciones del director del medio, en el sentido de que su línea informativa no es propia, sino que es extraída de otros medios comunicativos.

Por su parte, ambos periodistas, de Radio Universitaria, coinciden que su perfil radiofónico o línea informativa es de carácter estrictamente académico, resaltando aquí el ámbito educativo; sin embargo, también, aceptan que es necesario desviar un poco la programación, puesto que la audiencia así lo requiere.

## 4.2. Géneros y formatos que utilizan las radios del municipio de Cobija

Los resultados que se presentan en este acápite están relacionados con el primer objetivo específico, es decir, se clasifica los géneros que utilizan los medios radiofónicos del municipio de Cobija; géneros que están clasificados y organizados según corresponda a los programas que se emite en las tres radioemisoras anteriormente nombradas.

Por su parte, los formatos se clasifican según correspondan a cada género que es parte de diferentes programas.

### 4.2.1. Programas y sus géneros

Los géneros informativos que se utilizan en radiodifusión se enmarcan en el criterio de que la información está presente en todos los contenidos emitidos por este medio masivo, es decir, no importa si son de carácter noticioso, educativo o de entretenimiento, cualquier mensaje tiene una carga informativa.

En este sentido, cualquier programa puede utilizar los géneros que necesita para su producción, aunque hay géneros exclusivos para determinados tipos de programas. Tal cual se presentan en las siguientes tablas:

**Tabla 15**

*Programas y géneros de Radio Perla del Acre*

| Nº | Programa                              | Género                                  |
|----|---------------------------------------|-----------------------------------------|
| 1  | Despierta Cobija                      | Opinión<br>Noticioso<br>Entretenimiento |
| 2  | Contacto Latino                       | Entretenimiento                         |
| 3  | Conexión                              | Noticioso<br>Opinión Entretenimiento.   |
| 4  | Poder Joven Radio Dj Daniel Rodríguez | Entretenimiento                         |
| 5  | Atardecer Ranchero                    | Entretenimiento                         |

|   |                   |                 |
|---|-------------------|-----------------|
| 6 | Siguiendo La Luna | Entretenimiento |
|---|-------------------|-----------------|

*Nota.* Datos obtenidos de la programación. Elaboración propia (2023)

La Radio Perla del Acre dentro de su programación trabaja con diferentes géneros, Los mismos no son diversos, puesto que corresponden a programas de similares características, aunque varían en contadas excepciones, información que presenta en el siguiente detalle:

- La mayoría de los programas son de carácter comercial, por lo que emiten contenidos enmarcados dentro del ámbito del espectáculo, de la farándula, de la diversión, del ocio, la distracción el relajamiento, por lo que centran su programación en géneros de entretenimiento, que hacen atractivo a los programas por las connotaciones de sus contenidos y la dinámica informativa que se utiliza para la producción de cada programa.
- Otro género que está presente en la programación radiofónica de Perla del Acre, pero en menor frecuencia, es el de opinión. El mismo se emite a partir del amanecer, entre 06:00 a 9:00 a.m., este género sólo es utilizado, con mayor preminencia en un solo programa, mediante comentarios, análisis, críticas, entre otros.
- El último género, presente, es el noticioso, que se manifiesta en dos programas, el matutino, es decir, el que inicia la programación de Perla del Acre, que a su vez tiene mayor presencia del género de opinión; y, el meridiano, que es noticioso combinado con el género de entretenimiento, puesto que se presentan información periodística, pero, amenizada con música.

El uso de los diferentes géneros en la programación de esta emisora radial no es ampuloso ni excesivamente variado; más bien, es limitado y selectivo. Esto significa que la emisora sustenta su programación con preferencia en géneros que están principalmente orientados hacia el entretenimiento, mientras que los programas centrados en la opinión y la noticia también incluyen elementos de recreación, como la música.

Tal cual se cuantifica de la siguiente manera:

**Tabla 16***Frecuencia de los géneros utilizados en Radio Perla del Acre*

| Nº           | Género          | Cantidad | %          |
|--------------|-----------------|----------|------------|
| 1            | Entretenimiento | 6        | 67         |
| 2            | Opinión         | 1        | 11         |
| 3            | Noticioso       | 2        | 22         |
| <b>Total</b> |                 | <b>9</b> | <b>100</b> |

*Nota.* Datos obtenidos del proceso de observación. elaboración propia, 2023.

Como se observa, en los seis (6) programas, que se transmiten diariamente en la Radio Perla del Acre, todos presentan géneros de entretenimiento, combinados en dos programas con el género noticioso y uno con el género de opinión. Esto demuestra el carácter del medio radiofónico.

El segundo medio observado es Radio Universitaria, que presenta la siguiente información:

**Tabla 17***Programas y géneros de Radio Universitaria*

| Nº | Programa                                    | Género              |
|----|---------------------------------------------|---------------------|
| 1  | Cafecito Caliente                           | Opinión – Noticioso |
| 2  | Espacio de músicas                          | Entretenimiento     |
| 3  | Dosis diaria                                | Noticioso           |
| 4  | Espacio de músicas                          | Entretenimiento     |
| 5  | Flash informativo con presentación          | Noticioso           |
| 6  | DeporTV                                     | Noticioso - Opinión |
| 7  | Noticiero meridiano TVU                     | Noticioso           |
| 8  | Espacio de músicas                          | Entretenimiento     |
| 9  | Sin presión Podcast                         | Opinión             |
| 10 | Espacio músicas                             | Entretenimiento     |
| 11 | Conversemos DE                              | Opinión             |
| 12 | Radio y noticias, señal canal universitario | Noticioso           |
| 13 | Espacio de músicas                          | Entretenimiento     |
| 14 | Cafecito caliente (Reprís)                  | Opinión – Noticioso |
| 15 | Espacio de músicas                          | Entretenimiento     |
| 16 | Dosis diaria (Reprís)                       | Noticioso           |

*Nota.* Datos obtenidos del proceso de observación. Elaboración propia (2023).

La Radio Universitaria, dentro de su programación, trabaja con diferentes géneros. Los mismos no son diversos, puesto que corresponden a tres tipos: noticioso, entretenimiento y opinión, según su uso, información que presenta en el siguiente detalle:

- Desde el inicio de su programación, este medio radiofónico, centra su contenido en el género noticioso, emitiendo información periodística en diferentes programas durante toda la jornada, especialmente en los espacios meridiano y antes del cierre de emisión; además, noticias en espacios no programados, como flash informativo, que publican noticias en vivo.
- Otro género que está presente, en la mayoría de espacios de la programación de Radio Universitaria, es el relacionado con el entretenimiento, puesto que durante toda la jornada se emite música, de diferentes estilos y para diferente público; en busca de satisfacer las preferencias de su audiencia.
- Por último, el género menos utilizado, pero no menos importante, es el de opinión, que se hace presente desde la apertura de la emisión radial y está presente en diferentes programas, puesto que la emisora se caracteriza por hacer énfasis en el análisis de la problemática social y los diferentes contextos que en ella se desarrollan.

Se puede afirmar que en este medio el uso de los diferentes géneros es limitado, pero equilibrado, puesto que centra su programación en el tratamiento noticioso, sin dejar de lado la opinión, basado en el comentario, la crítica, la reflexión, en suma, el análisis, y, teniendo al género de entretenimiento como un aspecto relajante, mediante la emisión de música; se evidencia que, siempre, la Radio Universitaria diversifica su programación, pero concentra su influencia en tres géneros radiofónicos; tal cual se cuantifica de la siguiente manera:

**Tabla 18**

*Frecuencia de los géneros utilizados en Radio Universitaria*

| Nº | Género          | Cantidad | %  |
|----|-----------------|----------|----|
| 1  | Entretenimiento | 7        | 39 |
| 2  | Noticioso       | 6        | 33 |

|              |         |           |            |
|--------------|---------|-----------|------------|
| 3            | Opinión | 5         | 28         |
| <b>Total</b> |         | <b>18</b> | <b>100</b> |

*Nota.* Datos obtenidos del proceso de observación. Elaboración propia (2023).

Como se observa, en los dieciséis (16) programas, que se transmiten diariamente en la Radio Universitaria, la mayoría de los géneros son carácter noticioso, seguido de aquellos que son de índole de entretenimiento, por último, se presenta el género de opinión. Por lo tanto, se observa una inclinación hacia la emisión de contenidos de carácter informativo periodístico, combinando hechos noticiosos con el análisis o reflexión personal y profesional que hacen los periodistas y los invitados, que participan en los programas de manera presencial, vía teléfono o mediante el internet.

El tercer medio observado es Radio Pando, que presenta la siguiente información con referencia a los géneros que son más utilizados en esta radioemisora:

**Tabla 19**

*Programas y géneros de Radio Pando*

| Nº | Programa                                                                | Género              |
|----|-------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| 1  | Música nacional                                                         | Entretenimiento     |
| 2  | Buenos días amazonia                                                    | Opinión - noticioso |
| 3  | Contacto nacional con cadena radio Santa Cruz – Red amazónica satelital | Noticioso           |
| 4  | La Revista musical con música estelar                                   | Entretenimiento     |
| 5  | Onda amazónica – informativo multimedia con periodistas del área rural  | Noticioso           |
| 6  | Panorama musical                                                        | Entretenimiento     |
| 7  | Música mexicana                                                         | Entretenimiento     |
| 8  | Reflexiones                                                             | Opinión             |
| 9  | Especial de artista                                                     | Entretenimiento     |
| 10 | Música variada (miscelánea)                                             | Entretenimiento     |
| 11 | Reprís Onda Amazónica                                                   | Noticioso           |

*Nota.* Datos obtenidos del proceso de observación. Elaboración propia (2023).

Radio Pando, dentro de su programación, trabaja con diferentes géneros, de manera preferente con los de naturaleza de entretenimiento, noticioso y opinión; información que presenta en el siguiente detalle:

- La mayoría de los once programas de Radio Pando centran sus contenidos en el género de entretenimiento, especialmente con programas dedicados a la música, que, de manera obvia, amenizan las transmisiones mediante temas musicales emitidos periódicamente de manera independiente, es decir, que no son parte de ningún programa, pero, son parte de la programación.
- Por su parte, el contenido noticioso se presenta en cuatro espacios específicos, en la radio revista matutina, es decir al inicio de la programación; así mismo, como parte de un contacto nacional, conectada a la señal de una radio cruceña que emite noticias de índole nacional, regional y local; también, en el noticiero meridiano y su posterior repetición en la noche antes del cierre de programación. Tres de los mismos son de carácter noticioso puro, mientras que uno, el matutino, combina con el género de opinión.
- El género de opinión se presenta en dos espacios bien definidos, uno al inicio de la programación de Radio Pando; y, otro al finalizar la tarde. El primero comparte programa con el género noticioso; el segundo es de carácter netamente opinión.

Como en los anteriores medios radiofónicos los géneros dominantes son tres, por orden de influencia: entretenimiento, noticioso y opinión. Algunos funcionan de manera aislada y pura, sin embargo, otros lo hacen de manera combinada, puesto que la dinámica del medio así lo requiere.

Por su parte, la cuantificación de los datos presenta información relevante puesto que refleja las preferencias del medio en cuanto al uso de géneros informativos y sus estrategias de programación. Esta cuantificación permite un análisis detallado.

Tal cual se da a conocer en la siguiente tabla a detalle:

**Tabla 20***Frecuencia de los géneros utilizados en Radio Pando*

| Nº           | Género          | Cantidad  | %          |
|--------------|-----------------|-----------|------------|
| 1            | Entretenimiento | 6         | 50         |
| 2            | Noticioso       | 4         | 33         |
| 3            | Opinión         | 2         | 17         |
| <b>Total</b> |                 | <b>12</b> | <b>100</b> |

*Nota.* Datos obtenidos del proceso de observación. Elaboración propia (2023).

Como se observa, en los once (11) programas que se transmiten diariamente en la Radio Pando, existe un equilibrio entre el entretenimiento y el tratamiento informativo periodístico, ya sea noticioso o de opinión, tomando en cuenta que ambos ámbitos de la programación son importantes y necesarios para satisfacer los requerimientos informativos de la audiencia cobijeña. Además, es importante remarcar que los géneros no son utilizados al azar, sino que responden a diversificar los contenidos que ofrece la radioemisora al público.

#### **4.2.2. Programas, géneros y formatos**

Los formatos son la parte visual o material de un género, es lo que se percibe por los sentidos, sea: visual, auditivo o audiovisual. Acomodándose a las exigencias de los géneros radiofónico. En el presente caso, los formatos relacionados con sus géneros y programas correspondientes, tal cual se evidencia en las emisoras que son parte del objeto de estudio.

**Tabla 21***Programas, géneros y formatos de Radio Pera del Acre*

| Nº | Programa                                 | Género                                  | Formato       |
|----|------------------------------------------|-----------------------------------------|---------------|
| 1  | Despierta Cobija                         | Opinión                                 | Radio revista |
| 2  | Contacto Latino                          | Entretenimiento                         | Miscelánea    |
| 3  | Conexión                                 | Noticioso - Opinión<br>entretenimiento. | Radio Revista |
| 4  | Poder Joven Radio Dj Daniel<br>Rodríguez | Entretenimiento                         | Miscelánea    |
| 5  | Atardecer Ranchero                       | Entretenimiento                         | Música        |

|   |                   |                 |            |
|---|-------------------|-----------------|------------|
| 6 | Siguiendo La Luna | Entretenimiento | Miscelánea |
|---|-------------------|-----------------|------------|

*Nota.* Datos obtenidos del proceso de observación. Elaboración propia (2023).

Perla del Acre presenta los siguientes formatos radiofónicos, que se alinean con los géneros y tipos de programas ofrecidos en su programación. Estos formatos reflejan la variedad de contenidos que la emisora ofrece a su audiencia, abarcando distintos géneros informativos, de entretenimiento y de servicio público.

- Esta radioemisora difunde cuatro programas de entretenimiento, los cuales contienen dos tipos de formatos para difundir sus contenidos: primero, el que tiene mayor preferencia es la miscelánea que se presenta en tres programas, la misma es una combinación de entrevistas, historias, anécdotas, vivencias y música; segundo, utiliza exclusivamente el formato musical, esto implica que los programas contienen información sobre esta temática. Estos tipos de formatos comprenden el 67% de la programación.
- Por su parte, el formato de radio revista se presenta en dos tipos de programas, relacionados con los géneros de opinión y noticioso, por lo que prima el tratamiento informativo, de hechos locales, nacionales e internacionales, reflejando la realidad a partir de cuatro elementos: el hecho noticioso, los periodistas, los comentaristas y la audiencia. Es decir, tomando en cuenta los contenidos, los que comentan la información y aquellos que no son arte de la radio, constituyen el núcleo de la oferta radial, también forman parte de la programación y están diseñados para captar la atención de los, pero son parte de la programación, lo radioescuchas.
- Además, hay que remarcar que toda la programación es amenizada con música, dándole un toque de entretenimiento, de carácter variado. Este formato ocupa el 33% de la programación de la emisora, reflejando una parte significativa de la oferta de contenidos que combina diferentes géneros y tipos de programas.

El segundo medio observado es Radio Universitaria, que presenta los siguientes formatos:

**Tabla 22***Programas, géneros y formatos de Radio Universitaria*

| Nº | Programa                                    | Género               | Formato                   |
|----|---------------------------------------------|----------------------|---------------------------|
| 1  | Cafecito Caliente                           | Opinión<br>Noticioso | – Revista                 |
| 2  | Espacio de músicas                          | Entretenimiento      | Musical                   |
| 3  | Dosis diaria                                | Noticioso            | Notas periodísticas       |
| 4  | Espacio de músicas                          | Entretenimiento      | Musical                   |
| 5  | Flash informativo con presentación          | Noticioso            | Notas periodísticas       |
| 6  | DeporTV                                     | Noticioso - Opinión  | Notas periodísticas       |
| 7  | Noticiero meridiano TVU                     | Noticioso            | Notas periodísticas       |
| 8  | Espacio de músicas                          | Entretenimiento      | Musical                   |
| 9  | Sin presión Podcast                         | Opinión              | Revista                   |
| 10 | Espacio músicas                             | Entretenimiento      | Musical                   |
| 11 | Conversemos DE                              | Opinión              | Entrevista,<br>Comentario |
| 12 | Radio y noticias, señal canal universitario | Noticioso            | Notas periodísticas       |
| 13 | Espacio de músicas                          | Entretenimiento      | Musical                   |
| 14 | Cafecito caliente (Reprís)                  | Opinión<br>Noticioso | – Revista                 |
| 15 | Espacio de músicas                          | Entretenimiento      | Musical                   |
| 16 | Dosis diaria (Reprís)                       | Noticioso            | Notas periodísticas       |

*Nota.* Datos obtenidos del proceso de observación. Elaboración propia (2023).

Radio Universitaria, dentro de su programación, presenta los siguientes formatos, de acuerdo a los géneros y tipos de programas que oferta a su audiencia.

- Esta radioemisora difunde contenidos bajo el formato de revista en tres espacios, combinando noticias, comentarios, entrevistas y participación de los radioescuchas. Esto significa que ocupa el 19% dentro de la programación.
- El formato musical tiene influencia en 6 espacios, es decir, es ampliamente difundido por este medio, considerando que los espacios son exclusivos para la emisión de este material artístico. Dentro de la programación esto se traduce en el 37,5% de los contenidos emitidos, mostrando una fuerte presencia.

- Por su parte, el formato referido a notas periodísticas ocupa, también, 6 espacios, exclusivamente en los noticieros matutino, media mañana, meridiano y nocturno, de los cuales uno trata exclusivamente temas deportivos. Esto implica que ocupa el 37,5% de espacio.
- Por último, los formatos de entrevista y comentarios ocupan 1 espacio, que se traduce en un programa interactivo entre aquellos que conducen el programa, los invitados y la audiencia, tratando temas de interés general. Este espacio radiofónico ocupa el 6% de la programación de Radio Universitaria.

El tercer medio observado es Radio Pando, que presenta los siguientes formatos:

**Tabla 23**

*Programas, géneros y formatos de Radio Pando*

| Nº | Programa                                                                | Género              | Formato           |
|----|-------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------|
| 1  | Música nacional                                                         | Entretenimiento     | Musical           |
| 2  | Buenos días amazonia                                                    | Opinión - noticioso | Revista           |
| 3  | Contacto nacional con cadena radio Santa Cruz – Red amazónica satelital | Noticioso           | Nota periodística |
| 4  | La Revista musical con música estelar                                   | Entretenimiento     | Musical           |
| 5  | Onda amazónica – informativo multimedia con periodistas del área rural  | Noticioso           | Revista           |
| 6  | Panorama musical                                                        | Entretenimiento     | Musical           |
| 7  | Música mexicana                                                         | Entretenimiento     | Musical           |
| 8  | Reflexiones                                                             | Opinión             | Revista           |
| 9  | Especial de artista                                                     | Entretenimiento     | Musical           |
| 10 | Música variada (miscelánea)                                             | Entretenimiento     | Musical           |
| 11 | Reprís Onda Amazónica                                                   | Noticioso           | Revista           |

*Nota.* Datos obtenidos del proceso de observación. Elaboración propia (2023)

Radio Pando, en los 11 programas que emite diariamente, presenta los formatos que utiliza con preferencia:

- Esta radioemisora utiliza con preferencia el formato musical, puesto que ocupa 6 espacios para difundir este tipo de contenido. Esto indica que la música es el pilar fundamental de la programación de esta emisora. Esto significa que ocupa el 55 % de la programación.
- El formato de revista tiene influencia en 4 espacios, es decir, es difundido por este medio, puesto que implica una conjunción de contenidos que a la vez presenta una diversidad de formatos en su desarrollo, tales como la nota periodística, la entrevista, el debate, la música, entre otros. Dentro de la programación esto se traduce en el 36% de los contenidos emitidos, mostrando una respetable presencia.
- Por su parte, el formato referido a notas periodísticas ocupa 1 espacio, exclusivamente en horas de la mañana (8:00 a 9:00), el cual se desarrolla mediante un enlace con Radio Santa Cruz, que emite información nacional e internacional. Esto implica que ocupa el 9% de espacio dentro de la programación.

Como se puede observar las tres emisoras presentan los mismos formatos, pero, en diferentes dimensiones, respondiendo al tipo de programación que tienen y a los objetivos, metas y fines que persiguen, es por eso que en algunos es más fuerte los formatos que pertenecen al género de entretenimiento, mientras que otros centran su programación en los formatos relacionados con las noticias y la opinión, revelando de esta manera su ideología, línea informativa o perfil radiofónico, que en las Radios Perla del Acre y Radio Pando son de carácter comercial y lucrativo, por su esencia netamente privada, mientras que en Radio Universitaria prima su carácter público, es decir, su esencia es de naturaleza social e informativa, ligada siempre a los aspectos académico y científico.

#### **4.3. Contenidos que se emiten preferentemente en las radios del municipio de Cobija**

Los contenidos que se emiten con preferencia en las radios del municipio de Cobija son

de índole variado, puesto que las programaciones privilegian la diversidad de información, sea esta de cualquier naturaleza, tal cual se presenta en las siguientes tablas:

**Tabla 24**

*Contenidos preferentes que emite Radio Perla del Acre*

| <b>Contenidos preferentes</b> | <b>Detalle</b> | <b>Cantidad</b> |
|-------------------------------|----------------|-----------------|
| Seguridad                     | Local          | 8               |
| Política                      | Nacional       | 4               |
|                               | Local          | 8               |
| Social                        | Internacional  | 4               |
| Música                        | Internacional  | 12              |
| Publicidad                    | Local          | 12              |
| Institucional                 | Local          | 4               |
| <b>Total</b>                  |                | <b>52</b>       |

*Nota.* Datos obtenidos del proceso de observación. Elaboración propia (2023).

Los contenidos preferentes que emite Radio Perla del Acre corresponden al siguiente detalle:

- Los contenidos radiofónicos, referidos al ámbito local, son preferentes, puesto que, de 52 tipos de información, 32 son originales de Cobija, es decir, esta emisora da preferencia a aspectos oriundos de la ciudad capital. Esto implica el 62% de la programación.
- En segundo lugar, están los contenidos de origen internacional, considerando que Cobija es una ciudad fronteriza, no debe extrañar a nadie la influencia informativa de países vecinos, como Brasil y Perú. Del total de contenidos 16 son de índole internacional. Esto implica el 31% de la programación.
- Por último, los contenidos de carácter nacional, que sólo implican 4 contenidos, esto significa que se da poco énfasis a la información originada en los departamentos del interior del país. Sólo representa el 7% de la programación.

Por su parte, Radio Universitaria, dentro de su programación, presenta los siguientes contenidos informativos:

**Tabla 25**

*Contenidos preferentes que emite Radio Universitaria*

| <b>Contenidos preferentes</b> | <b>Detalle</b> | <b>Cantidad</b> |
|-------------------------------|----------------|-----------------|
| Académicas                    | Local          | 25              |
| Seguridad                     | Local          | 6               |
| Institucional                 | Local          | 16              |
| Educación                     | Local          | 8               |
| Salud                         | Local          | 8               |
| Social                        | Internacional  | 3               |
| Social                        | Local          | 3               |
| Música                        | Internacional  | 26              |
| Publicidad                    | Local          | 32              |
| <b>Total</b>                  |                | <b>127</b>      |

*Nota.* Datos obtenidos del proceso de observación. Elaboración propia (2023).

Como se puede observar, la información preferente, de esta radioemisora, responde al siguiente detalle:

- De 127 contenidos radiofónicos, los referidos al ámbito local alcanzan la cantidad de 98, es decir, los temas de la amazonia boliviana son se emiten con preferencia, tomando en cuenta que refleja los principios y valores de la Universidad pública de esta región, además, de enarbolar los intereses de la comunidad pandina. Esto implica el 77% de la programación.
- En segundo lugar, están los contenidos de origen internacional, que corresponden a 29 temáticas de estas características, tomando en cuenta el intercambio intercultural e informativo entre Brasil y Bolivia. Esto implica el 23% de la programación.

Por último, Radio Pando en su programación presenta los siguientes contenidos informativos:

**Tabla 26***Contenidos preferentes que emite Radio Pando*

| <b>Contenidos preferentes</b> | <b>Detalle</b> | <b>Cantidad</b> |
|-------------------------------|----------------|-----------------|
| Política                      | Nacional       | 10              |
| Seguridad                     | Local          | 6               |
| Social                        | Internacional  | 4               |
| Música                        | Internacional  | 18              |
| Publicidad                    | Local          | 16              |
| Institucional                 | Local          | 6               |
| Salud                         | Local          | 6               |
| Educación                     | Local          | 6               |
| <b>Total</b>                  |                | <b>72</b>       |

*Nota.* Datos obtenidos del proceso de observación. Elaboración propia (2023).

Los contenidos preferentes que emite Radio Pando corresponden al siguiente detalle:

- Los contenidos radiofónicos, referidos al ámbito local, son preferentes, puesto que, de 72 tipos de información, 40 son referentes a Cobija, es decir, esta emisora da preferencia a aspectos relacionados con el ámbito pandino. Esto implica el 56% de la programación.
- En segundo lugar, están los contenidos de origen internacional, considerando que Cobija es una ciudad fronteriza, no debe extrañar a nadie la influencia informativa de países vecinos, como Brasil y Perú. Del total de contenidos 22 son de índole internacional. Esto implica el 31% de la programación.
- Por último, los contenidos de carácter nacional, que sólo implican 10 contenidos, esto significa que se da poco énfasis a la información originada en los departamentos del interior del país. Sólo representa el 13% de la programación.

La cuantificación de los contenidos dentro de la programación de los medios radiofónicos, muestra la preferencia en la emisión de este material informativo, dando un amplio

margen de diferencia entre información de índole local con la información internacional y mucho más con el ámbito nacional.

Es evidente que los medios radiofónicos privilegian la información que es propia de la región, aclarando que la misma responde a diferentes géneros y formatos radiofónicos, como comprobó anteriormente, contenidos de carácter noticioso, de opinión o de entretenimiento, que engloban temas policiales, políticos religiosos, educativos, culturales, institucionales, de salud, música, publicidad, propaganda y muchos más.

## CONCLUSIONES

La investigación sobre géneros y formatos que utilizan con preferencia, en sus programaciones, las radioemisoras del municipio de Cobija en la gestión 2023, presenta las conclusiones siguiendo el orden en que están planteados los objetivos específicos, presentación que facilita su lectura y comprensión. Por lo tanto, las conclusiones son las siguientes:

- La programación que emplean, con preferencia, las radioemisoras, son de dos tipos: el primero, corresponde al *“modelo privado de programación”*, en que se privilegia los aspectos comercial y lucrativo, puesto que los programas que son parte de este tipo de programación se enmarcan, en su mayoría en contenidos relacionados con el entretenimiento, basado en la farándula, la música, notas curiosas y los contactos directos con la audiencia, con el propósito de elevar su rating, programación que se adecúa a Radio Perla del Acre y Radio Pando; el segundo, centrado en el *“modelo público de programación”*, en el que se tiene preferencia por programas en los que se hacen el tratamiento de información periodística, cultural, educativa, es decir, tiene un enfoque más social, en el que los aspectos comercial y lucrativo son desechados, por lo que no presta servicios de publicidad ni propaganda pagadas, por el contrario, realiza anuncios en espacios solicitados, normalmente de carácter gratuito, programación que es característico de Radio Universitaria.
- Los géneros que utilizan las radioemisoras del municipio de Cobija son de índole de entretenimiento, noticioso y opinión, de las cuales, las tres emisoras estudiadas, ocupan dentro de su programación, mayor espacio en diversión, distracción, pasatiempo, ocio, espectáculo, unas más que otras, pero en todas las programaciones los géneros relacionados con el entretenimiento son los dominantes; en segundo lugar, se ubica el género noticioso que junto al género de opinión engloban el tratamiento de información periodística de los medios radiofónicos. Sin embargo, hay que aclarar que, si bien el género de entretenimiento recibe un tratamiento preferente en Radio Perla del Acre y Radio Pando, en Radio Universitaria es menor que los géneros noticioso y opinión juntos.

Por su parte, los formatos que utilizan las radioemisoras con mayor preferencia son los

relacionados con el género de entretenimiento, privilegiando la miscelánea, la misma es una combinación de historias, anécdotas, contactos con la audiencia, saludos del público, dedicatorias, poesía, entre otros. Asimismo, dentro del ámbito de la farándula está siempre presente el formato musical, que se manifiesta con diferentes ritmos y estilos.

Otros formatos que tienen fuerte presencia en los medios radiofónicos son la nota periodística, la crónica y la entrevista, que unidos estructuran el género noticioso, que normalmente están presentes en los horarios matutino, meridiano y nocturno, dando a conocer los hechos más sobresalientes de cada jornada.

Por último, se encuentra la revista, si bien su uso es más limitado que los demás, es el que engloba otros formatos, tales como la entrevista, la nota periodística, el comentario, el análisis, el debate, la música. Aspectos que la hacen rica en información de diferente índole.

- Los contenidos que se emiten con mayor preferencia, en las radioemisoras del municipio de Cobija, muestran que existe un significativo margen de diferencia entre la información de procedencia local con la información internacional y mucho más con el ámbito nacional. Es evidente que los medios radiofónicos privilegian la información que es propia de la región, aclarando que la misma responde a diferentes géneros y formatos radiofónicos, como se comprobó anteriormente, contenidos de carácter noticioso, de opinión o de entretenimiento, que engloban temas policiales, políticos religiosos, educativos, culturales, institucionales, de salud, música, publicidad, propaganda y muchos más; todos ellos, correspondientes al entorno informativo cotidiano de la población que habita la ciudad capital pandina.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones están dirigidas a: los propietarios de los medios radiales, los periodistas y a la audiencia.

- Las recomendaciones a los propietarios, directores o responsables de los medios, radiofónicos tiene que ver con diferentes aspectos: administrativos, informativos y comunicativos.

Primero, deben contar con programaciones, puesto que se pudo constatar que, la mayoría de los medios radiofónicos, no cuentan con este instrumento de planificación trascendental, que tiene la función de dirigir el desarrollo ordenado, normal y exitoso de la emisión de los programas. Así mismo, no basta con contar con una programación, sino que debe estar bien estructurada y organizada, cumpliendo con los parámetros técnicos correspondientes.

Desde el punto de vista de la información, se debe diversificar los géneros, formatos y contenidos, evitando limitar su producción, por el contrario de organizar programaciones concentradas, deben proponer al público programaciones con contenido diversificado.

Comunicacionalmente, se debe democratizar el uso de la información, es decir, deben abrir los micrófonos a la participación de los radioescuchas, puesto que es necesario que la radio se transforme de un medio informativo a un medio comunicativo, tomando en cuenta que la información es un proceso unidireccional, mientras que la comunicación implica procesos interactivos.

- Las recomendaciones a los periodistas es que amplíen su campo de acción, realizando cobertura a todo tipo de información, y, no limitando su influencia informativa, de este modo se diversificará los contenidos emitidos en las radioemisoras de Cobija.

Por otra parte, es importante que los periodistas aborden muchos más formatos y no se conformen con las notas o las entrevistas, en el campo periodístico, sino que se inclinen más

por el reportaje o la crónica que implican mayor profundidad en la información sobre un hecho.

- Las recomendaciones a los radioescuchas son las siguientes:

Es importante que se involucren más en la planificación de la programación de las radioemisoras, mediante propuestas concretas de los contenidos que son necesarios e importantes se transmitan o difundan por estos medios. Si bien los medios son propiedad privada, en su mayoría, y propiedad estatal, son las audiencias que eligen lo que quieren escuchar, por lo que se debe tomar muy en cuenta su opinión al momento de planificar una programación radial.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la información y la comunicación*. Universidad de Murcia.  
<https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20%2820%29/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf>
- Aguirre Alvis, J. L. (2016). *La radio boliviana en el largo trayecto de educar contando historias: el caso del programa "Voces nuestras"*. Revista Ciencia y Cultura, 20(36), pp. 83-103.  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2077-33232016000100004&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-33232016000100004&lng=es&tlng=es).
- Ágreda, R. (2012). *Diccionario de investigación científica* (2da. Ed.). Kipus.
- Ander Egg, E. (2003). *Métodos y técnicas de investigación social IV. Técnicas para la recogida de datos e información* (1ra. Ed.). Lumen
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación- introducción a la metodología científica* 6ta. Ed.). Episteme.
- Arias, J. (2020). *Memoria técnica del producto comunicativo: "Implementación de una programación radial para la emisora híper radio online de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca"*. (Tesis de grado). Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/18738/4/UPS-CT008767.pdf>
- Artero, J., Pérez, F. y Sánchez A. (s.f.). Industria de la comunicación: clasificación de sectores y metodología de muestra. *Universidad de Navarra*, 1-14.  
<https://ae-ic.org/santiago2008/Congreso08/Actas/contents/pdf/comunicaciones/356.pdf>
- Asociación de la Prensa de Jerez. (2014). *¿Qué es la línea editorial de un medio*. La Llave Maestra. <https://lallavedelacomunicacion.com/2014/04/03/que-es-la-linea-editorial-de-un-medio/comment-page-1/>
- Atorresi, A. (s.f.). *Los géneros periodísticos* (1ra. Ed.). Colihue S.R.L.
- Bernal, S. (2009). *Manual de capacitación en radio. Proyecto UNESCO-APCOB "Usando las TICs para la promoción de la Cultura Chiquitana"*. UNESCO – APCOB.
- Borgarello, E. (2008). La cláusula de conciencia y el derecho a la información. Contexto histórico-jurídico: Nueva mirada. *ANUARIO DEL CIJS*. 28-35  
<https://www.corteidh.or.cr/tablas/r29560.pdf>
- Bosetti, O. y Espada, A. (2020). *La radio (1920 - 2020). La obstinada vigencia de un medio invisible*. Universidad Nacional de Quilmes  
<http://unidaddepublicaciones.web.unq.edu.ar/wp-content/uploads/sites/46/2020/08/EbookLaRadio1920-2020.Bosetti-Espada.pdf>

- Do Campo, D. (2015). Corrientes de la comunicación de masas - II La Teoría Funcionalista. *Grupo Interamericano de Reflexión Científica*. 41(2), 3-8 [http://www.reflexioncientifica.com.ar/15\\_GIRC\\_041.pdf](http://www.reflexioncientifica.com.ar/15_GIRC_041.pdf)
- Estado Plurinacional de Bolivia. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia. (07 de febrero de 2009)
- Estado Plurinacional de Bolivia. Ley general de telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación. Ley N° 164. (08 de agosto de 2011)
- Estado Plurinacional de Bolivia. Ley general de telecomunicaciones. D.S. N° 9740. (02 de junio de 1971)
- García, J. (1980). *La radio por dentro y por fuera..* Colección INTIYAN. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53840.pdf>
- Gargate, R. (s.f.). *Manual de producción radial de la Escuela del Aire – MINEDU*. <https://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2021/06/Formatos-radiales.pdf>
- Gómez, F. (2010). *Estructura de la programación y las funciones de la emisora radio programa del Perú*. (Tesis de grado). Recuperado de: <https://mail.comunicacionunap.com/index.php/rev/article/view/5/5>
- Hanna, M. (2017). *Las radios en línea en América Latina Surgimiento y Auge*. (Tesis de grado). Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/16037>.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta. Ed.). México: Mc. Graw Hill.
- Izquierdo, J. (2016). *Teoría de programación de radio y televisión*. UNE. [https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/162512/s116\\_impressora.pdf](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/162512/s116_impressora.pdf)
- López, J. (2005). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Radialista. [https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013\\_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf](https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf)
- Mancera, R. (2009). La teoría de los géneros periodísticos en España: notas sobre su origen y estado de la cuestión. *Sala de Prensa*, 117 (5), pp. 1-25. <http://hdl.handle.net/11441/60830>
- Miahuchi, I. (2003). *Aproximación histórica de la radiodifusión en Pando y Radio Frontera*. [Tesis en Ciencias de la Comunicación Social]. Universidad Católica San Pablo, Cochabamba, Bolivia
- Münch, L. y Ángeles, E. (2003). *Métodos y técnicas de investigación* (4ta. Ed.). Trillas S.A.
- Naciones Unidas. *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. Resolución 217 A – III. (10 de diciembre de 1948)

- Naciones Unidas. *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos*. Resolución 2200 A – XXI. (16 de diciembre de 1966)
- Navarro, V. y Rodríguez, R. (1999). La cláusula de conciencia de los profesionales de la información. La Ley Orgánica 2/1997. Anales de la Facultad de Derecho. Universidad de La Laguna. 16, 262-280. [https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/18380/AFD\\_16\\_%281999%29\\_10.pdf?sequence=1](https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/18380/AFD_16_%281999%29_10.pdf?sequence=1)
- Pacheco, F. (2008). *Historia y evolución de la radio*. [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/pacheco\\_p\\_fl/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/pacheco_p_fl/capitulo2.pdf)
- Pineda D. (2015). *Utilización de los géneros periodísticos radiofónicos: reportaje y crónica en los noticiarios de radio luz y vida de la ciudad de Loja*. (Tesis de grado). Recuperado de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/14779/1/DANIEL%20PINEDA.pdf>
- Quispe, B. (2018). *Programación radial de radio onda azul y pachamama radio y su contribución en la vigencia del idioma aymara en Conima Puno-2018*. (Tesis de grado). Recuperado de [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/8531/Quispe\\_Canaza\\_Blanca\\_Luz.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/8531/Quispe_Canaza_Blanca_Luz.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Restrepo, M. y Herrera, G. (2010). *Producción radiofónica*. Ministerio de Tecnología de la información y las telecomunicaciones. <https://es.slideshare.net/slideshow/cartilla2-produccion-radiofnica/16495156>
- Sandoval, R. (1998). *Metodología y técnicas de investigación* (2da. Ed.). Latina Editores.
- Silvente, P., Villarroel, M. y Valdivieso, C. (2006). *Metodología de investigación. Enfoque sistémico y complejo para las Ciencias Sociales* (3ra. Ed.). Los Amigos del Libro.
- Torrico, E. (1997). *La tesis en comunicación. Elementos para elaborarlo* (2da Ed.). Artes Gráficas Latinas.
- Yelo Diaz, S. (2017). Los medios de comunicación masiva: una lengua nueva CIC. *Cuadernos de Información y Comunicación*, (22), pp. 247-258. <https://www.redalyc.org/pdf/935/93552794017.pdf>
- Yurén, A. (1994). *Conocimiento y comunicación*. México (1ra. Ed). Alhambra Mexicana S.A. de C.V.

# ANEXOS

# ANEXO 1

## FICHA DE OBSERVACIÓN

Universidad Amazónica de Pando  
Ciencias Sociales y Humanísticas  
Crespo  
Comunicación Social  
Pando - Bolivia  
I/2023

Universitaria  
Sarahi Abigail Peredo

### FICHA DE OBSERVACIÓN 1

|                                     |              |
|-------------------------------------|--------------|
| Fecha:                              | N° de ficha: |
| Acontecimiento, evento o actividad: |              |
| Objetivo:                           |              |
| Medio de comunicación:              |              |
| Observador (a):                     |              |

| N° | Programa | Género | Formato | Contenido | Hora inicio | Hora final |
|----|----------|--------|---------|-----------|-------------|------------|
| 1  |          |        |         |           |             |            |
| 2  |          |        |         |           |             |            |
| 3  |          |        |         |           |             |            |
| 4  |          |        |         |           |             |            |
| 5  |          |        |         |           |             |            |
| 6  |          |        |         |           |             |            |
| 7  |          |        |         |           |             |            |
| 8  |          |        |         |           |             |            |
| 9  |          |        |         |           |             |            |
| 10 |          |        |         |           |             |            |
| 11 |          |        |         |           |             |            |
| 12 |          |        |         |           |             |            |
| 13 |          |        |         |           |             |            |
| 14 |          |        |         |           |             |            |
| 15 |          |        |         |           |             |            |

Universitaria  
Sarahi Abigail Peredo Crespo

|                                            |                     |
|--------------------------------------------|---------------------|
| <b>Fecha:</b>                              | <b>N° de ficha:</b> |
| <b>Acontecimiento, evento o actividad:</b> |                     |
| <b>Objetivo:</b>                           |                     |
| <b>Medio de comunicación:</b>              |                     |
| <b>Observador (a):</b>                     |                     |

[illegible]

## **ANEXO 2**

### **ENTREVISTAS**

Universidad Amazónica de Pando  
Ciencias Sociales y Humanísticas  
Comunicación Social  
Pando - Bolivia  
I/2023

Universitaria  
Sarahi Abigail Peredo Crespo

#### **ENTREVISTA 1**

##### **ENTREVISTA DIRIGIDA A DIRECTORES DE LAS RADIOEMISORAS: PERLA DEL ACRE, UNIVERSITARIA, PANDO**

---

1. ¿Cuál es la línea informativa o perfil radiofónico que tiene su radioemisora?
2. ¿Cuáles son los géneros comunicativos preferentes que utiliza su medio de comunicación para producir contenidos radiofónicos?
3. ¿Cuáles son los formatos comunicativos preferentes que utiliza su medio de comunicación para producir contenidos radiofónicos?
4. ¿Cuáles son los contenidos preferentes que su medio de comunicación da mayor cobertura?
5. ¿Qué criterios toma en cuenta para organizar su programación?

## **ENTREVISTA 2**

### **ENTREVISTA DIRIGIDA A PERIODISTAS DE LAS RADIOEMISORAS: PERLA DEL ACRE, UNIVERSITARIA, PANDO**

---

1. ¿Cuál es la línea informativa o perfil radiofónico que tiene su radioemisora?
2. ¿Cuáles son los géneros comunicativos preferentes que utiliza para producir los contenidos que emite por el medio de comunicación en el que trabaja?
3. ¿Cuáles son los formatos comunicativos preferentes que utiliza para producir los contenidos que emite por el medio de comunicación en el que trabaja?
4. ¿Cuáles son los contenidos a los que da mayor cobertura?
5. ¿Qué criterios toma en cuenta para elegir los contenidos y darles cobertura?

## ANEXO 3

### FICHA DOCUMENTAL

Universidad Amazónica de Pando  
Área de Ciencias Sociales y Humanísticas  
Carrera de Ciencias de la Comunicación  
Pando - Bolivia  
2023

Universitaria  
Sarahi Abigail Peredo Crespo

### REGISTRO DOCUMENTAL

|                                                                                                   |                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| <b>Fecha:</b>                                                                                     | <b>N° de registro:</b> |
| <b>Institución de la que se obtuvo el documento:</b>                                              |                        |
| <b>Documento consultado:</b>                                                                      |                        |
| <b>Objetivo:</b>                                                                                  |                        |
| <b>Nombre del investigador:</b>                                                                   |                        |
| <b>Forma de documentación:</b><br><br>FOTOCOPIA ( ) FOTOGRAFÍA ( ) VIDEO ( ) COPIA MANUSCRITA ( ) |                        |
| <b>Detalle o descripción del documento:</b>                                                       |                        |
| <b>Observación:</b>                                                                               |                        |

## MATRIZ DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

Universitaria  
Sarahi Abigail Peredo Crespo

|                                            |           |
|--------------------------------------------|-----------|
| <b>Fecha:</b>                              | <b>Nº</b> |
| <b>Acontecimiento, evento o actividad:</b> |           |
| <b>Objetivo:</b>                           |           |
| <b>Medio de comunicación:</b>              |           |
| <b>Investigador (a):</b>                   |           |

[illegible]

## ANEXO 5

### ENTREVISTAS REALIZADAS

Universidad Amazónica de Pando  
Ciencias Sociales y Humanísticas  
Comunicación Social  
Pando - Bolivia  
I/2023

Universitaria  
Sarahi Abigail Peredo Crespo

#### ENTREVISTA 1

#### ENTREVISTA DIRIGIDA A DIRECTORES DE LAS RADIOEMISORAS. “RADIO “PERLA DEL ACRE”

---

**Director de Radio Perla del Acre, David Esquivel**

**1. ¿Cuál es la línea informativa o perfil radiofónico que tiene su radioemisora?**

Yo tengo un reportero, donde es más noticias locales y luego nosotros normalmente extraemos de periódicos consolidados digitalmente, son periódicos de tiraje nacional como el deber la razón, no nos guiamos por medios digitales locales, o medios nacionales que no tengan tradición en cuanto a sus noticias.

Directamente me voy a mis fuentes netas, el periódico El Deber, La Razón incluso CNN, también como estamos en frontera y a veces quiero una noticia de aquí de al frente, busco la página alto acre que ya lleva más de 20 años haciendo noticias, esos son medios confiables para nuestra radio.

Ahora, no desmerezco a los medios digitales locales de aquí del departamento, conozco tres de ellos que trabajan hace más de 10 años, pero, tampoco hacen mi punto de referencia.

**2. ¿Cuáles son los géneros comunicativos preferentes que utiliza su medio de comunicación para producir contenidos radiofónicos?**

Trabajamos varias cosas pero yo creo que la radio, que está radio oficialmente es la única radio que aporta con la sociedad con un programa o una producción única que se llama vivencias o las radio novelas que tienen diferentes contenidos como ser: filosóficos, tienen contenido social y tienen contenido espiritual, hablamos también de temas Sociales,

embarazo de alto riesgo, cuentos, chismes, un montón de temas, corrupción y al final todo lo que causamos es tratar de trabajar la conciencia espiritual, todas ellas tienen un mensaje entonces con ello es que nosotros trabajamos lo que es también la educación.

Reproducimos información a través de nuestro reportero en el sector del Chuturuvi Amazónico.

Informamos a través de ese programa que te digo que es el Chuturuvi Amazónico, que por si acaso tiene más de 30 años de ser un programa de noticias. Es uno de los programas más antiguos del pueblo entonces nosotros seguimos con este programa.

Entonces mira manejamos información, entretenimiento, educativo, las radio novelas es una producción escasa en el mundo de la radio y nosotros como radio perla del Acre lo hacemos, haciendo un análisis el otro día vimos que somos a lo mucho una de las únicas tres radios en Bolivia que se dedican a la producción de la radio novela. Porque esos 15 minutos que vos escuchas, en mi vida significan entre 6 a 8 horas de trabajo que soy yo quien las escribe, las graba y reproduce, ese es el trabajo arduo que hacemos como radio.

**3. ¿Cuáles son los formatos comunicativos preferentes que utiliza su medio de comunicación para producir contenidos radiofónicos?**

Nuestro fuerte lo que más predomina como ya te dije es la radio novela, después está nuestro espacio musical donde predomina la música y también el entretenimiento.

**4. ¿Cuáles son los contenidos preferentes que su medio de comunicación da mayor cobertura?**

Las vivencias es el programa que tenemos con mayor cobertura, sin duda es ese que es justamente por todo lo que ya te hablaba y te había comentado por el contenido y demás. Además, que son producciones basadas en la vida real.

**5. ¿Qué criterios toma en cuenta para organizar su programación?**

El primer criterio es una experiencia de 31 años siendo productor de radio, con todos esos años es imposible que no sepa hacer radio, después como número dos eh sido un productor

creativo y fundador de la radio universitaria, y siempre dentro de mi mundo y entorno hoy en día gracias a Dios existen los comunicadores que en mis tiempos que yo empecé a hacer radio te hablo de los años 90 era una de las únicas persona que había estudiado y terminado una carrera y al mismo tiempo seguir haciendo radio, yo estudié filosofía y no comunicación y eso me convierte siempre para mí entorno una persona interesante y esta experiencia siempre me ha hecho eh... Digamos si yo te escucho te entrevisto yo voy a saber exactamente qué radio te queda bien y qué música debo colocarte, en que vos cautivarías al público, como me ha salido bien mmm yo no sé si vos sabés la historia de la radio, la primer radio que existió aquí fue la "Líder" en el 1974, después una radio juvenil en el 1997 que fue la "Laser" fue una secuencia que en ese entonces unos amigos era Kerdy y Paul García que tiene su radio en porvenir creo. Y esta radio Laser y Líder fueron las más escuchadas en este pueblo, porque era la primera vez que un grupo de jóvenes manejaban una radio, tenía tanta audiencia la radio Laser en ese tiempo que nadie se imaginaba que iba a dejar de escucharse. En el año 2000 nos proponen trabajar y crear una nueva radio en aquel entonces el rector de la UAP que era un ingeniero, nos reúnen a unos cuantos locutores para lanzarnos la propuesta. Y así fue que el año 2000 se inauguró la radio universitaria donde por primera vez salieron al aire personajes, porque no eran personas hablando en un micrófono, la idea era mía yo les dije a mis amigos que éramos 5 los que inauguramos esa radio yo les dije porque yo no me llamo Charlie Brown, el otro yo Snoopy y les gustó la idea incluso al productor, mi otro amigo dice y yo quien sería, él tenía traza de una rata así que dijimos micky mouse y él dice me gusta, y que sería yo dice el otro Pedro pica piedra le decimos, el otro fue Harry Potter, y así salimos al aire en una radio donde no había una audiencia fija, entonces todo eso y la historia que contábamos hizo que tengamos audiencia, paso el tiempo y cuando ya agarré la radio Perla del Acre, la radio solo existía de nombre sintonizó alguna vez y apenas llegaba la señal hasta la plaza principal y eso que llegaba pésima, en el primer año gracias a nosotros y aún amigo de Tigo cuando él hace su encuesta sale número uno radio universitaria, número dos radio Perla del Acre y me llaman a mí y me dicen que en los últimos años había sido muy nombrada como las 5 radios más escuchadas, en los años siguientes ya salió como la número uno y de ahí en adelante gracias a Jesús somos la más escuchada.

Entonces creo que todo eso es que una radio necesita o sea su experiencia, creatividad, te ponen y posicionan en un lugar diferente resaltando entre los demás, pienso que todo eso

tiene que significar algo. Ahora como radio estuvimos pensando en innovar creando podcast que es algo que está muy de moda.

**ENTREVISTA 2**  
**ENTREVISTA DIRIGIDA A DIRECTORES DE LAS RADIOEMISORAS.**  
**“RADIO UNIVERSITARIA”**

---

**Responsable de la Radio, Universitaria Graciela Rosemary Mamani Mamani**

**6. ¿Cuál es la línea informativa o perfil radiofónico que tiene su radioemisora?**

El perfil informativo siempre está basado a la sociedad, dar voz a las personas a los ciudadanos, ver sus demandas estar al tanto de las demandas que tienen como barrio, y también el ámbito político, abarcamos lo que es más importante lo coyuntural pero nuestro mayor trabajo siempre es con la sociedad de darles cobertura.

**7. ¿Cuáles son los géneros comunicativos preferentes que utiliza su medio de comunicación para producir contenidos radiofónicos?**

Todo está equitativo, informativo, también hacemos “Podcast” que se trata más de las necesidades que la gente debería aprender cosas importantes, también tenemos un programa que es el “Cafecito Caliente” donde abarcamos temas de coyuntura, entrevistas a autoridades, también tenemos otro programa que es “conversemos de” donde damos la voz a las personas.

**8. ¿Cuáles son los formatos comunicativos preferentes que utiliza su medio de comunicación para producir contenidos radiofónicos?**

Estamos implementando lo que es el formato educativo también el formato de información esas dos estaríamos manejando.

**9. ¿Cuáles son los contenidos preferentes que su medio de comunicación da mayor cobertura?**

Es cuando emitimos notas de interés de la población es donde más tenemos reacciones sobre sus necesidades y en el tema de cambios climáticos estamos abordando también esos temas,

y también a veces mucha gente no conoce las funciones que tiene cada institución, traemos por ejemplo a funcionarios del Slim, entonces nos comentan a que se dedican que hacen, entonces se obtiene el dato que a la gente les interesa ese tipo de notas.

**10. ¿Qué criterios toma en cuenta para organizar su programación?**

Primero observamos a cuanta persona afecta, es decir el tema de alumbrado público, entonces damos cobertura porque existe la demanda de las personas con este tema, y también lo vemos por el tema del interés y la cobertura que tiene y el interés de cobertura.

### **ENTREVISTA 3**

#### **ENTREVISTA DIRIGIDA A DIRECTORES DE LAS RADIOEMISORAS. “RADIO PANDO”**

---

**Director de Radio Pando, Juan Domingo**

**1. ¿Cuál es la línea informativa o perfil radiofónico que tiene su radioemisora?**

Seguimos una línea informativa con lo que son las noticias actuales y del momento más que todo, somos una radio establecida en todo el departamento tenemos periodistas en diferentes municipios, es decir hay noticias en algún municipio Radio Pando te trae la noticia en ese momento. Entonces creo que en lo que más nos enfocamos son las noticias.

**2. ¿Cuáles son los géneros comunicativos preferentes que utiliza su medio de comunicación para producir contenidos radiofónicos?**

El género que más utilizamos es el noticioso, opinión también usamos, educativo también es otro y a veces entretenimiento, pero, no nos enfocamos mucho en eso.

**3. ¿Cuáles son los formatos comunicativos preferentes que utiliza su medio de comunicación para producir contenidos radiofónicos?**

Los formatos serían las noticias, las publicidades, también, que reproducimos cada que termina una noticia, tenemos un sector deportivo que ahí también entraría el tema de entretenimiento.

**4. ¿Cuáles son los contenidos preferentes que su medio de comunicación da mayor cobertura?**

Yo creo que sería nuestro programa “Onda Amazónica” que es ahí justamente que damos siempre las noticias del momento y es lo que más espera siempre nuestra audiencia.

**5. ¿Qué criterios toma en cuenta para organizar su programación?**

Bueno nosotros como radio pando los criterios que más tomamos en cuenta son la veracidad, responsabilidad, así mismo tratamos de no ser tan amarillistas como otros medios, así mismo siempre nos vamos con. La ley de imprenta como radio nos gusta ser responsables con las noticias que damos creo que eso sería.

## ENTREVISTA 4

### ENTREVISTA DIRIGIDA A PERIODISTAS DE LAS RADIOEMISORAS. “RADIO UNIVESITARIA”

---

**Periodista: Beimar**

**6. ¿Cuál es la línea informativa o perfil radiofónico que tiene su radioemisora?**

Dentro del género que trabajamos mayormente en el género periodístico porque realmente se basa en la información, y más que todo el tema que priorizamos la información académica de la Universidad Amazónica de Pando, porque es una área dependiente precisamente de esta casa superior de estudios, también a lo que refiere el ámbito educativo, se trabaja en lo que es programas que tal vez se tenga en convenio con alguna otras instituciones, y también una forma de utilizar este medio para llegar a un tipo de capacitación o información principalmente también al área rural, también es la mayor cantidad de población meta que tiene la radio.

**7. ¿Cuáles son los géneros comunicativos preferentes que utiliza para producir los contenidos que emite por el medio de comunicación en el que trabaja?**

Géneros como te mencione el género periodístico lo que pasa es que hay diferentes personal que se dedicada a cada género, por ejemplo mi persona de un programa y género periodístico es informativo y académico.

**8. ¿Cuáles son los formatos comunicativos preferentes que utiliza para producir los contenidos que emite por el medio de comunicación en el que trabaja?**

Es a través del audio tomando en cuenta que somos una radio, sin embargo utilizamos plataforma virtual en este caso el Facebook, mediante trasmisiones en vivo y anexado a la señal de la radio, redacción en la noticia con el lead de cada información.

**9. ¿Cuáles son los contenidos a los que da mayor cobertura?**

Contamos con bastantes seguidores en el área urbana y rural una cobertura muy amplia sin embargo también estamos en Facebook, con una cobertura total con la conectividad, y los contenidos son, como ya le mencioné, el informativo y académico.

**10. ¿Qué criterios toma en cuenta para elegir los contenidos y darles cobertura?**

En el programa que yo estoy a cargo que es Cafecito Caliente que es matutino, debo contar con invitados de temas coyunturales y también de temas de interés a la audiencia, resaltar y difundir lo más resaltante de las actividades de la la universidad, pueden ser dos o tres del ámbito coyuntural y académicos.

## ENTREVISTA 6

### ENTREVISTA DIRIGIDA A PERIODISTAS DE LAS RADIOEMISORAS. “RADIO UNIVERSITARIA”

---

**Locutor: Jael Peñaloza**

**1. ¿Cuál es la línea informativa o perfil radiofónico que tiene su radioemisora?**

Creo que sería principalmente académica, coyuntural y de actualidad, no olvidemos que es una radio de la UAP por tanto se centra en lo académico solo que no mucha gente le interesa eso, es por eso que muchas veces nos salimos de nuestra línea y objetivo principal que es lo académico y tenemos que terminar abarcando otros temas que no tienen que ver con eso.

**2. ¿Cuáles son los géneros comunicativos preferentes que utiliza para producir los contenidos que emite por el medio de comunicación en el que trabaja?**

Lo académico entra en género de opinión creo yo, ah también manejamos lo informativo, el deportivo, hacemos un flash informativo igual con puras actividades de la UAP, como te digo tratamos de centrarnos en lo académico, pero no siempre (jejeje) eso sería la verdad.

**3. ¿Cuáles son los formatos comunicativos preferentes que utiliza para producir los contenidos que emite por el medio de comunicación en el que trabaja?**

Los formatos, serían de información, interpretación, educación, porque el podcast que yo hago por ejemplo usa y lleva lo que es interpretación, educación y entretenimiento también.

**4. ¿Cuáles son los contenidos a los que da mayor cobertura?**

Las noticias coyunturales y académico en este caso dentro del programa cafecito caliente es un programa que abarca estos temas.

**5. ¿Qué criterios toma en cuenta para elegir los contenidos y darles cobertura?**

Se trata de trabajar sobre la razón de ser del medio de comunicación que es como te decía académico, coyuntural, las noticias de actualidad que son parte de las prácticas que realizan los estudiantes, vemos también de llegar al área rural con la señal e innovamos cada que podemos.

Algo importante para resaltar de la radio universitaria es también que da la oportunidad a los estudiantes de la UAP de la carrera de comunicación Social a hacer sus prácticas aquí y así poder formarse si en caso su fuerte es la radio.

**ENTREVISTA 6**  
**ENTREVISTA DIRIGIDA A PERIODISTAS DE LAS RADIOEMISORAS.**  
**“PERLA DEL ACRE”**

---

**Locutor: Juanpi**

**6. ¿Cuál es la línea informativa o perfil radiofónico que tiene su radioemisora?**

Son de actualidad, coyuntural y dependiendo si es de interés si es que es noticia de otro lado.

**7. ¿Cuáles son los géneros comunicativos preferentes que utiliza para producir los contenidos que emite por el medio de comunicación en el que trabaja?**

Lo del sector de deporte entra en el género de opinión y también manejamos lo que es el Chuturuvi ahí damos informativo como también tenemos el sector musical donde entran las vivencias.

**8. ¿Cuáles son los formatos comunicativos preferentes que utiliza para producir los contenidos que emite por el medio de comunicación en el que trabaja?**

Nuestros formatos serían de información, interpretación a través del programa de las vivencias, educación también entra ahí como también entretenimiento.

**9. ¿Cuáles son los contenidos a los que da mayor cobertura?**

Creo que sería el programa de las vivencias donde están igual las radio novelas junto con las historias que se cuentan de la vida real eso lo escribe el profe David Esquivel eso es lo q tiene mayor cobertura con eso igual ganamos en el premio Bruno racua

**10. ¿Qué criterios toma en cuenta para elegir los contenidos y darles cobertura?**

El criterio que tomamos en cuenta es que somos una radio con muchos años de trayectoria una radio que creo muchos usan como punto de referencia, una radio que

llega a ser la imagen neta de Pando en el mundo de la radio en Bolivia, fuera de eso aquí tenemos valores y también obligaciones una de ellos es la puntualidad, el compromiso entre otros eh eso sería no respecto a la radio Perla del Acre

## ANEXO N° 6

### Documentación fotográfica del proceso de investigación



Foto 1: entrevista al director y propietario David Esquivel, radio Perla Del Acre. Cobija, 2023.



Foto 2: entrevista a la directora Lic. Fabiola Justiniano, radio Universitaria. Cobija 2023.



Foto 3: entrevista a la responsable Lic. Graciela Rosemary Mamani, radio Universitaria. Cobija 2023