



El encargo social de la radio pública tradicional en el siglo XXI

Mailé Hernández Grave de Peralta

Question/Cuestión, Nro.74, Vol.3, Abril 2023

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS –UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e773>

### **El encargo social de la radio pública tradicional en el siglo XXI**

### **The social challenge of public traditional radio in the 21st century**

**Mailé Hernández Grave de Peralta**

Universidad Central Marta Abreu de Las Villas; Facultad de Ciencias Sociales; Centro de Estudios Comunitarios (CEC) / Emisora provincial de Radio CMHW; Instituto Cubano de Radio y Televisión.

Cuba

[lanegrona26@gmail.com](mailto:lanegrona26@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0001-8255-600X>

#### **Resumen**

El artículo pretende develar las funciones de la radio tradicional en pleno siglo XXI, que más allá de informar y entretener (como se ha establecido desde la corriente funcionalista), permite la reflexión colectiva y articula el vínculo social. Ni olvidado, ni desaparecido, por sus bajos costes de producción y alta penetración social, el medio radial analógico facilita el acceso a los desconectados de la galaxia Internet en tiempos de remediación. El estudio clasifica como descriptivo con carácter teórico y documental. En este sentido, se identifican y caracterizan los roles de la plataforma radial en la generación de mecanismos para la participación ciudadana,

el acompañamiento en tiempos de crisis, su incidencia en la educación problematizadora, la defensa de la cultura y el servicio público (facilitación social), en tanto se convierte en recurso para comunicar el patrimonio cultural de las ciudades. El artículo incorpora además, el análisis y síntesis de contenido desde la perspectiva crítica latinoamericana, que pondera como principal objeto social de la radio: la construcción colectiva de la ciudadanía.

### **Abstract**

The article aims to reveal the functions of traditional radio in the 21st century, which, beyond informing and entertaining (as has been established for the functionalist current), allows collective reflection and articulates the social bond. Neither forgotten nor disappeared, due to its low production costs and high social penetration, has analogical radio facilitated access to the disconnected people from the Internet galaxy in times of remediation. The study is classified as descriptive with a theoretical and documentary nature. In this sense, the roles of the radio platform are identified and characterized in the generation of mechanisms for citizen participation, accompaniment at times of crisis, its incidence in problematizing education, the defense of culture and public service (social facilitation), in Therefore, it becomes a resource to communicate the cultural heritage of cities. The article also incorporates the analysis and synthesis of content from the Latin American critical perspective, which considers the collective construction of citizenship as the main social object of the radio.

**Palabras clave:** Funciones de la radio; comunicación radial; radio tradicional analógica; comunicación participativa para el cambio social.

**Keywords:** Functions of the radio; radio communication; traditional analogue radio; participatory communication for social change.

### **Introducción**

Dominados por los procesos de reordenamiento económico mundial de la información, los mensajes son producidos en la convergencia de soportes tecnológicos, el desmantelamiento del espacio público, las estrategias mundializadoras de los grandes grupos y la expansión del campo publicitario, donde coexisten nuevos instrumentos y nuevos dispositivos, anclados en el viejo sistema político-social que alienta y sustenta estos cambios (González, 2020).

Los medios de comunicación tradicionales de carácter público, que actúan como instituciones del Estado, muchas veces se convierten en vehículos de lo que el Gobierno y los centros de poder quieren que los ciudadanos conozcan. De ahí que Manuel Martín Serrano (2004) alerte sobre el control social de algunas instituciones que actúan sobre la interpretación que hacen las personas de la realidad e inciden en la enculturización, pues los medios de comunicación, administran la producción y la oferta de información. Otras aproximaciones al estudio de los medios los conciben como instrumentos de poder, mientras son valiosos para exhibir, denunciar y atajar excesos de los gobernantes. «Y aunque son componentes del contexto democrático, no suelen estar al servicio de los ciudadanos» (Trejo, 2011, p. 95).

Al ámbito mediático le compete reflejar entonces la realidad social con transparencia alejado de las prácticas difusionistas y mutiladoras del compartir saberes; alcanzar la calidad informativa, y asumir la responsabilidad de incorporar lo cotidiano en las agendas temáticas. En este sentido pueden las rutinas productivas develar las fórmulas del populismo, de la despolitización de los problemas de una sociedad, «como una tarea de importancia táctica y estratégica frente a los discursos vacíos y manipuladores de la participación como vehículo neutral del desarrollo comunitario y local» (Riera, 2012, p. 131).

Desde la perspectiva crítica latinoamericana, los medios se convierten en lugares de negociación e interacción que estructuran la vida social, en espacios de transacción donde los individuos no aceptan supuestas verdades únicas e inmodificables, sino que las reconfiguran bajo códigos propios para construir escenarios donde sus realidades y sus intereses encajen. Implementar una comunicación solidaria en la radio «que permita a los sujetos apropiarse de recursos y espacios de interlocución, facilitando el empoderamiento de las voces ocluidas en las formas actuales de dependencia y jerarquía del sistema informativo y de los propios

servicios públicos» (Sierra, 2009, p. 125), implica develar las potencialidades del medio radiofónico como recurso para eliminar las asimetrías que lastran la comunicación mediática.

Es por ello que el artículo se centra en determinar y caracterizar las funciones que desempeña el medio radiofónico analógico (ni olvidado, ni desaparecido) que se amalgama ya no sólo con la versión digital, sino también con la radio online. Como institución social, donde convergen los saberes y gustos populares, debe asegurar el acceso más allá de la linealidad de sus transmisiones, revitalizar el compartir, estimular la cultura y el conocimiento, a partir de «las referencias sociales y culturales de los oyentes» (Jacks & Schmitz, 2018, p. 116).

## Materiales y métodos

El presente estudio clasifica como descriptivo con carácter teórico y documental. Para la obtención de resultados se emplearon métodos en los niveles teórico y empírico.

En el nivel teórico se emplearon los métodos:

Analítico – sintético: se analizan aspectos relacionados con los roles asignados a la radio desde la sociología de la comunicación, su desarrollo y la necesidad de contextualizarlo en tiempos donde prevalece la dicotomía público/privado. Se sintetizan fuentes y postulados teóricos para poder establecer aspectos concluyentes que abarquen la función del medio, aplicable posteriormente en otros estudios desde una perspectiva práctica. El método favorece la identificación de información relevante asociada al desarrollo de las relaciones simétricas entre emisores y receptores, que revitaliza el paradigma latinoamericano de comunicación, y con ello su compromiso con la justicia social y los derechos humanos.

Inductivo – deductivo: se trata de recontextualizar la vigencia de la radio, y sus modos tradicionales de escucha, desde la concepción de medio público, inclusivo, de alta penetración social, supeditado a bajos costes de emisión, con alta capacidad de adaptación a los ecosistemas mediáticos actuales (mediamorfosis). Se establecen temas esenciales que desde el deber ser impulsan el quehacer en la plataforma radial y pueden develar las contradicciones actuales en el diseño de políticas editoriales sensacionalistas, que ponderan cifras de *rating*, en detrimento del desarrollo espiritual y el crecimiento humano de los oyentes.

Sistémico – estructural: se priorizó la información a partir de la generalidad de los conceptos, su origen y la disciplina académica a la que pertenecen. El estudio se estructura partiendo de lo general a lo particular. Se ordenaron y jerarquizaron los contenidos y aspectos relativos a las funciones de los medios, con principal énfasis en la radio, con aporte sociológico y comunicológico en el desempeño de emisores y receptores.

En el nivel empírico se emplea únicamente la investigación bibliográfico –documental, que permitió el acercamiento a los referentes teóricos indispensables en la comprensión del

objeto de estudio y proporcionó la información y conocimientos necesarios para el establecimiento de las funciones de la radio analógica en la actualidad, sin perder de vista el análisis del contexto histórico, lógico y social. Abarcó, además, la selección, evaluación y definición de las principales aristas del tema seleccionado (objetivos de la producción radiofónica); la recopilación y evaluación de fuentes clásicas y contemporáneas de referencia en el campo (consulta en Google Books y Google Académico, EBSCO, así como en bases de datos de revistas científicas: Scielo, Scopus, Web of Science; el análisis e interpretación de los datos; y la elaboración y redacción del informe investigativo. Mediante esta técnica el investigador, al recoger datos, interacciona con la realidad, conceptualizando la información y determinando una forma de expresarla y conservarla (Valle, 2022).

Para lograr el objetivo propuesto, en una primera etapa se analizan los aspectos relativos al acceso al medio radial analógico, en tanto converge con otros soportes tecnológicos en su quehacer cotidiano. En una segunda fase se describió (de manera sintética) el encargo social de la radio desde las teorías de la sociología de la comunicación de masas (MCR), que continúa con la argumentación de las principales funciones del medio, determinadas a partir de la consulta exhaustiva de textos actualizados relacionados con la temática. Se apuesta en el artículo por una radiodifusión (sin fines de lucro): que además de entretener, informar y acompañar, sea también: educativa (centrada en los procesos y no en los efectos), dedicada al servicio público, decisiva en momentos de crisis, articuladora del vínculo social, facilitadora de la participación ciudadana y defensora de la cultura y la identidad popular en su amplia diversidad.

## **Resultados y Discusión**

### **1.1 El encargo social de la radio desde la perspectiva sociológica**

El análisis del encargo social de la radio tradicional (analógica) demandó la aproximación epistemológica a los estudios sociológicos de la comunicación de masas (MCR), que en su diversidad de enfoques han develado las funciones de los medios. Posturas comunicológicas que evidencian la transición desde una perspectiva positivista e instrumental (investigación administrativa norteamericana) hacia otra que se opone al modelo mecanicista comunicativo, atenta a las relaciones generales entre el sistema social y los medios, dirigida

hacia los efectos a largo plazo y las influencias de fondo más que a las causas próximas (línea crítica de pensamiento en Europa).

Lo anterior se constata en las corrientes que concebían a los productos comunicativos sometidos a intereses político-comerciales. Idóneos para provocar efectos omnipotentes en la audiencia (teoría hipodérmica o *Bullet Theory*), persuadir (corriente empírico-experimental) e influenciar a través de la mediación de líderes de opinión entre el medio y los demás individuos de un grupo (teoría de efectos limitados). Los teóricos de la Escuela de Chicago (estructural-funcionalismo) apostaron por corroborar y reforzar los modelos de comportamiento existentes en el sistema social a través de los medios. Bajo esta influencia la misión de la prensa resultó: conferir status y prestigio a las personas, fortalecer las normas sociales, contribuir al conformismo, efectuar la vigilancia del entorno, la interpretación o correlación de los acontecimientos, la trasmisión de la herencia cultural y el entretenimiento.

Estos han sido reconocidos además en su afán propagandista, como agitadores y organizadores colectivos, estímulo de una reforma cultural capaz de construir una nueva hegemonía que ha de ser política en el terreno de las ideas, donde la comunicación mediática debe suscitar un nuevo contexto crítico y no solo reflejar la diversidad social, a partir de un periodismo integral, que no sólo satisface las necesidades del público, sino que quiere crear y desarrollar estas necesidades, y por consiguiente suscitar su público y ampliar su área. Posturas que reconocen el carácter movilizador y el rol como agente socializador de los medios, que correlaciona las visiones individuales y colectivas, y convoca a vivir con criticidad ante las actuaciones socioculturales de la comunidad.

Otro aporte de los estudios sociológicos de la comunicación de masas radicó en percibir, que más que conducir la mayor información a través de un canal con las mínimas interferencias (ruidos) y la máxima economía de tiempo y energía (teoría matemática de la información), los productos radiofónicos, como condición necesaria, presuponen una diversidad de códigos (reglas de competencia y de interpretación) donde el mensaje tiene una forma significativa que puede ser llenada con distintos significados. La naturaleza negociadora del proceso comunicativo radial a partir de la noción de código (modelo semiótico informacional) muestra que el receptor tiene su propio sistema (construcciones de sentido) y lo hará corresponder con el del emisor a través de la decodificación.

La superación de la visión manipuladora del proceso comunicativo como amenaza constante de repetitividad, ubicuidad y estandarización de contenidos estereotipados para el control social (teoría crítica de la escuela de Frankfurt (1), implicó develar en el ámbito mediático la dialéctica entre el sistema de producción cultural y las necesidades culturales de los consumidores (culturológicos franceses). Progreso que estuvo dado, además, por el reconocimiento del receptor activo como sujeto pleno de derechos, pero sin supeditar dichas necesidades, aspiraciones, motivaciones y criterios de experiencia del destinatario, al consumo, las modalidades de exposición y los efectos mediáticos, como lo hiciera la Hipótesis de Usos y Gratificaciones (estructural-funcionalismo).

Ante el predominio de las industrias culturales y los modelos comunicativos oligárquico-autoritarios, reconocer en la radio a ciudadanos, más que a meros consumidores obliga a construir productos radiofónicos desde la horizontalidad, donde emisor y receptor, devienen «interlocutores» (López-Vigil, 2015, p. 23) y resultan iniciadores del proceso comunicativo con igualdad de acceso y oportunidad para el diálogo. De esta manera se opone a la concepción mecánica-pasiva del consumo, otra de lucha, de conflicto, de interiorización, de participación y apropiación, fruto de la Teoría de la Dependencia afianzada en los setenta, formulada como parte del paradigma crítico latinoamericano (Freire, 1970; Beltrán, 2012; Servaes, 2012; Gumucio-Dragón, 2011) en completa oposición al desarrollo como expansión universal de los valores culturales del Norte, a la teoría de la modernización y el modelo de difusión de innovaciones (bancario) importado desde Occidente (Barranquero & Sáez-Baeza, 2015).

La lucha por la democratización de las políticas nacionales de comunicación en América Latina y los movimientos de liberación antidictatoriales de la década del 60, las luchas anticoloniales en África y Asia, y los intentos por implementar un Nuevo Orden Mundial de la Información (Informe McBride, 1980) anteceden el surgimiento de una comunicación liberadora, dialógica, basada en el respeto y reconocimiento del otro, que da voz a los sectores sociales, excluidos y silenciados, a través de la prealimentación (2) (Kaplún, M., 2016) y la apertura de los micrófonos.

Desde este modelo bidireccional contra-hegemónico, frenado por los intereses de grandes oligopolios mediáticos, la radio debe convertirse en actor o institución social facilitadora para generar conciencia crítica, aprendizaje colectivo y desarrollo endógeno,

sustentado en el respeto a la diferencia de criterios y los objetivos emancipadores, que en el debate actual apuestan por ser «decoloniales» (Kaplún, G., 2019; Sierra, Maldonado & Del Valle, 2020; Barranquero & Treré, 2021).

## 1.2 Radio analógica: ni desaparecida ni olvidada

Diluida en una panoplia creciente de oferta mediática, expandida (3), trasmutada y amalgamada (4), (Kischinhevsky, 2020, p. 161), en medio de cambios constantes en el dominio de la interactividad de la comunicación y parte de un sistema de múltiples productores y distribuidores, la radio analógica (5) coexiste con nuevos soportes tecnológicos y contenidos proporcionados por la digitalización. Si bien en el escenario actual, se reconocen las ventajas de la radio online: flexible, intimista, «abocada al minimalismo sonoro, encapsulada como instrumento seguro para la transmisión internacional de productos radiofónicos, dotada de ubicuidad, multimedialidad e interactividad» (Canavilhas, 2020, p. 265) se asume en este análisis que «el grueso de sus oyentes estará geolocalizado al modo analógico. De manera que producir radio sin sentido de lo local, sin pertenencia, desde un no lugar, es decir, sin arraigo, es un verdadero despropósito» (Milito, Gabay & Negrín, 2020, p. 237). En la Red de Redes (Internet) tal y como explica De Beauvoir (2015), las audiencias pierden su identidad, pues ya no son ni nacionales ni locales, ni están limitadas por el alcance de las ondas hertzianas.

Mientras los avances tecnológicos reducen las distancias físicas en la aldea global descrita por McLuhan y Powers (1995), la desigualdad en la distribución mundial de la riqueza en países de América Latina contribuye a acrecentar las brechas sociales, pues no toda la sociedad puede aspirar al disfrute de estos desarrollos tecnológicos.

A su vez, el escenario latinoamericano de las TIC se ve movilizado por una fuerte expansión del acceso a las redes, pero nada garantiza un desarrollo equitativo de ellas y de sus usuarios, para lo cual se necesitaría en palabras de Jesús Martín-Barbero (2003) que el sector público afiance la sostenibilidad y redistribución de esa expansión (6).

De ahí que se propone el análisis de la radio analógica de servicio público (7), que favorece el acceso a los millones de oyentes desconectados de la Galaxia Internet (Castells, 2001), que con un aparato receptor pueden sintonizar la emisora deseada y mantenerse

informados en cualquier circunstancia y ocasión. En esto influye el ser barato en su receptividad, y la aparición de otros soportes que permiten la escucha y funcionan como un radioreceptor (iPod, teléfonos celulares, tablets, laptops), hoy convertidos en «aparatos íntimos», como tempranamente predijera el estadounidense Richard Sennett (1978, p. 349).

### **1.3 Educar para la transformación en radio.**

Las funciones básicas de la radio tradicional analógica en aras de consolidar los nexos naturales entre comunicación y educación, se establecieron en 1970 por la UNESCO (8), agrupadas en: información (capacidad de emitir y recibir), desarrollo (labor del medio en las tareas de la modernización), movilización política y social (construcción nacional), entretenimiento y recreación, publicidad y anuncios, educación y cultura (todo informe radial educa y cultiva).

Y es que además de reflejar el acontecer local, regional, nacional e internacional, motivar la reflexión y ofrecer credibilidad al contrastar las informaciones, la radio ha posibilitado la alfabetización (Barranquero & Treré, 2021) a través de la escucha en el dial. A este fenómeno tan extendido en toda América Latina se le ha denominado: Escuelas Radiofónicas (9). Una manera de educar que se registra en otros continentes, aunque «el liderazgo de las iniciativas en muchos casos ha recaído sólo en emisoras públicas» (Ballesteros & Martínez, 2019, p. 198).

Mediante el desarrollo de áreas temáticas diversas en los programas radiales y el uso masivo, garante de la unidad del auditorio se facilitan altos grados de cercanía, donde menos obstáculos físicos, dificultades intelectuales y requisitos técnicos se interponen en el acto de comunicación. Se perpetúa así la cultura del signifiante oral (Milito, Gabay & Negrín, 2020) y se hace público el saber sin exclusiones. Aspecto que incide en opinión de la investigadora, en el fortalecimiento del sentido de pertenencia a través de la palabra hablada, en tanto cada emisión o programa refleje la realidad social y lo autóctono de la ciudad, mientras, si ocurre de modo contrario, deriva en apatía, pues los oyentes no se sienten identificados con lo que se comunica.

Las potencialidades educativas (10) del medio radiofónico se conciben a partir de la educación que pone énfasis en el proceso (Kaplún, M., 2016), pues prioriza la interacción

dialéctica entre las personas y su realidad, así como el desarrollo de la capacidad intelectual y la conciencia social. Este modelo de educación liberadora o transformadora (Freire, 1970) rehúye los verticalismos y los modelos que en comunicación legitiman las relaciones de poder.

Su elección como base radica en que más que la audiencia aprenda o haga, se persigue problematizar la realidad y preparar para la participación, que los oyentes piensen, descubran, elaboren, reinventen y hagan suyo el conocimiento. De esta manera, el objetivo de lo enunciado, como predijera el educador popular Mario Kaplún (2016, p. 49) (11), radica en superar las constataciones meramente empíricas e inmediatas de los hechos que rodean tanto al oyente como al emisor (conciencia ingenua), para desarrollar la conciencia crítica. En este empeño conviene diferenciar aquellos espacios que se denominan instructivos (doctrinales) por su alto valor ilustrativo de los educativos, que se elaboran de acuerdo a un plan establecido (Chávez, 2012; Méndez & Quintana, 2017)

La capacidad educativa se evidencia además en situaciones de emergencia, donde la radio a diferencia de otros medios (prensa y televisión) permite de manera rápida a modo de alerta, advertir los estragos de fenómenos climatológicos, catástrofes y crisis global, así como darle seguimiento oportuno. A través del oído, los que se sientan detrás de los micrófonos hacen frente a los miedos individuales, las vulnerabilidades colectivas y la desesperanza propia de una situación de riesgo.

Tal y como señala Francisco Sierra (2016), ante escenarios complejos urge el despliegue de protocolos de emergencia sin incidir en el sensacionalismo o mercantilización del espectáculo de las víctimas (propios del sistema capitalista), donde se establezcan otros criterios de agenda informativa y de cobertura más adecuada. En estos contextos la radio debe articular el vínculo social, re-producir la solidaridad, buscar mayor organicidad y autorregulación social, con un sentido relacional y partir de acciones de orientación y acompañamiento, ya sea como previsión, prevención o para brindar soluciones (Contreras, 2020).

En ello reside su principal compromiso, y para lograrlo cada uno de los temas de la agenda pública desarrollados en la programación, deben ser cuidadosamente valorados a partir del estudio del contexto socio-económico y político que vive cada región. De manera que emisores y oyentes convivan informados y educados, sin provocar miedo, caos o pánico

(Santos, 2020; Liang et. al., 2020; Ahmed et. al., 2020) por un inadecuado e innecesario ejercicio de sugestión o sobresaturación informativa.

Otra de las funciones del medio radiofónico resulta el servicio público o familiar, que coincide con las características de la radio pública estatal en países donde existen espacios de facilitación social y el medio radiofónico (12) se convierte en plaza de anuncios (ventas, permutas, afectaciones eléctricas, y servicios), donde se informan la ofertas culturales, se promocionan espectáculos y se ofrece la cartelera de los cines.

#### **1.4 Radio para la defensa de la cultura y la participación ciudadana**

Y es que una de las mayores responsabilidades de la radio resulta impulsar la cultura popular en su amplia diversidad, adaptada en la transmisión oral y en los valores no escritos (López-Vigil, 2015). El servicio analógico o convencional supeditado a los encargos estatales, puede actuar como catalizador de procesos de desarrollo endógeno (si se reconoce desde la satisfacción de las necesidades de la pluralidad de actores sociales) o contradictoriamente, como mero amplificador del conjunto de políticas culturales nacionales, que desconocen por completo el papel decisivo de las industrias mediáticas en la cultura cotidiana de las mayorías. Por eso, más que difusora de cultura, para generar progreso o beneficio económico, hoy debemos considerar la radio «un reto cultural» (Moragas, 2020, p. 36)

Es bajo este precepto que debe la radio ciudadana, popular, participativa, inclusiva, sin ánimo de lucro, en oposición a las emisoras privadas, proteger la superestructura de cualquier región o país en toda su dimensión, brindar un panorama variado y ameno de la realidad donde se origina, de la invención de lo cotidiano (De Certau, 2000), donde se tejen valores universales que constituyen una localidad, así como los rasgos de hibridación, mestizaje y transculturación (García- Canclini, 2020) que trascienden en la creatividad propia de los pueblos.

Como espejo de la cultura contemporánea, se considera por la autora que el medio radial permite que los especialistas y eruditos se acerquen a la cultura popular, a la vez que median entre el entorno rural y urbano. Estimula, además, la creación cultural y socializa la obra de los creadores o especialistas más o menos reconocidos socialmente. La radio abocada al servicio público revitaliza la historia de dentro y de afuera, al recolectar los sucesos que

distinguen a una ciudad de otra y de un país a otro. Alude al recuerdo de las tradiciones, costumbres, cuentos, leyendas y canciones oriundas de una determinada zona geográfica.

Constituye así el medio radiofónico mediador sociocultural por excelencia, fortalece las identidades y el yo colectivo, a través del reflejo de lo tradicionalmente enraizado en los sujetos de una comunidad, que no puede ser desechado y lo contemporáneo que se sustenta en el proyecto cultural que tienen los sujetos colectivos para construir, defender y potenciar las prácticas y actuaciones culturales que surgen y conforman la identidad colectiva (Moreno, 2005, p. 23).

Si bien otra de las funciones resulta educar a los oyentes en la sensibilidad, en la percepción, valoración y aprecio del patrimonio cultural (Hernández & Caballero, 2022), habitualmente se seleccionan como parte de la agenda mediática, sólo aspectos polémicos o excepcionales, que tienden a minimizar lo originario y autóctono de cada localidad a mero espectáculo. Si lo anterior se sortea, constituye en opinión de la autora, recurso para comunicar el patrimonio cultural de la nación en tanto favorece la construcción colectiva y simbólica de lo autóctono e identitario y el sentido de pertenencia hacia cada región donde se halla geolocalizada la emisora de radio.

Las estrategias de inserción y difusión de los medios, y en este caso de la radio, deben estar atentas a los cambios de las rutinas de los oyentes, de sus gustos, de las prisas diarias, de los modos de vida de las personas, de sus códigos y no al revés. De esta forma ajusta el medio su programación a las aspiraciones, intereses y horarios del público, esa gran audiencia, aislada en la variedad de soportes tecnológicos, que dejó de apostar por los clásicos debates en familia (escucha colectiva), y ahora se replantea un consumo cada vez más individualizado de música, contenidos informativos y recreativos.

El éxito de la sintonía estriba en los modos de sugerir los contenidos y la manera de «cultivar el capital cognitivo sobre el entorno que es preciso intervenir» (Sierra, 2020, p. 104), aunque muchas veces corra el riesgo de quedar la radio como telón de fondo para realizar otras actividades por parte de los oyentes (Rodero, 2020) sin permitir el intercambio.

Las emisoras online y las redes digitales permiten al oyente –usuario/prosumidor– decidir, en tanto actúan «como generadores de contenidos, historias, gustos, preferencias y

constructores de tendencias» (Solarte, 2015, p. 18-19), algo que no ocurre usualmente a través de la frecuencia modulada analógica debido a la ausencia de mecanismos facilitadores de la participación de las audiencias (Herrera, 2003).

Néstor García-Canclini (2020) advierte sobre los comportamientos masivos desde los mercados que buscan desactivarnos, cuando se hallan cada vez menos responsables, sin capacidad de intervenir en los espectáculos que disfrutamos o la información que nos seleccionan. Apenas simulacros de participación y de democracia directa, como las entrevistas dirigidas o editadas por noticieros y los juegos para legitimar con apariencia democrática la exclusión social.

En este sentido una de las funciones básicas de la radio tradicional analógica es potenciar el involucramiento activo de los oyentes en el diseño de la programación (la gestión de contenidos de la agenda mediática y la realización radial) y durante el momento de la emisión (transmisión y recepción de contenidos), como sujetos de la actividad que realizan (Alonso, 2020). Ello facilitaría la autonomía e integración del público, en relación constante, con una radio viva y social (sin fines de lucro), que permite la toma de decisiones a todos los que aún no poseen acceso a Internet y pueden ser parte, tomar parte y formar parte de la magia radiofónica tradicional.

De acuerdo a Francisco Sierra y Salomé Sola-Morales (2021, p. 253), la mercantilización restringe la diversidad y el pluralismo, homogeneiza imaginarios y anula tradiciones populares bajo la presión de un mono-discurso hegemónico y totalizador. La aseveración anterior sitúa el participar en radio (sin confundir el término con asistir, recibir información o realizar previa consulta sobre un proyecto ya elaborado), en arma fundamental para limitar la concentración de la industria cultural, que para generar ingresos económicos estandariza los silencios prolongados de voces diversas y el monólogo confiable que satisface y crea conformidad y pasividad. En este contexto,

si algún sentido tiene apostar por la participación como principio rector de la democracia y el desarrollo local, es porque se concibe la comunicación, como contexto y horizonte de progreso, para favorecer las relaciones anticipatorias y liberadoras, porque se aspira a promover relaciones de cooperación y formas de ciudadanía activa, porque, en suma, se apuesta por activar las relaciones de confianza y el interés público

a partir de los contextos locales y los mundos de vida (Sierra & Sola-Morales, 2021, p. 260).

Con la participación de los oyentes en la radio, se pretende que los que escuchan y reciben los mensajes sean también protagonistas (Caballero & Yordi, 2004; Caballero & Hernández, 2020) en la elaboración del discurso radial. Bajo el paradigma de la comunicación participativa para el cambio social (Beltrán, 2012; Barranquero & Chiara, 2015; Cadavid & Gumucio-Dragón, 2014; Servaes, 2012; Tufte, 2015; Saladrigas, De la Noval & Portal, 2021), se impulsa el diálogo con la sociedad (Kaplún, M., 2016), el tomar, tener y formar parte en las costumbres culturales y sociales del público, así como en las prácticas políticas, para fomentar la reflexión y conciencia social.

La socialización comunitaria, como mecanismo de resistencia ante las lógicas de exclusión del otro, requiere de una mayor autonomía de las emisoras locales, hacia una descentralización en la programación radial analógica (pública-estatal), donde no se apaguen las voces discordantes con la versión oficial propuesta en los medios. Probablemente una reelaboración de los equilibrios entre, la sobreexposición de ciertos temas de la agenda social, como por ejemplo la inseguridad, y la sub-exposición de otras temáticas ligadas a la educación política de la población (como la ausencia de las minorías) podría mover en dirección de una mayor participación ciudadana.

Se trata de convertir las unidades móviles en algo natural en la vida de la ciudad, donde la emisora provincial o municipal establezca vínculos estrechos con los habitantes de su entorno en una prealimentación constante y los refleje en sus mensajes. Se debe potenciar el involucramiento de los oyentes, no sólo como individuos que por teléfono ayudan a cubrir el tiempo de un programa, sino como personas capaces de actuar en otras fases más significativas del proceso comunicativo; desde instituirse en fuentes informativas espontáneas hasta participar con sus sugerencias en el diseño temático de la programación radial, su producción y sus tiempos de emisión. «Basta cambiar el modelo: hacer radio por amor a la gente y no por amor a la radio» (López-Vigil, 2015, p. 27).

Una de las vías más efectivas para lograrlo, radica en la creación y actualización de los consejos de audiencias, donde hombres y mujeres del pueblo evalúen la calidad de lo que se trasmite en la emisora, en tanto refleje la realidad y el contexto que vive la población. La

implicación del público en los colectivos de programas radiales (discusión de temáticas que interesen verdaderamente a la audiencia), los encuentros sistemáticos con los fieles oyentes, que monitorean voluntariamente la parrilla radial y pueden sugerir transformaciones oportunas. El diseño de proyectos radiofónicos simétricos (construidos colectivamente en igualdad de condiciones), que revitalicen el compartir y la puesta en común de significados como estrategia creativa, y hagan del medio radial una plataforma para la cohesión y el consenso. En fin, que no se reproduzca el canon de una radio que habla, sino que sea, sin limitaciones, una radio para hablar.

### 1.5 Conclusiones

A partir de lo expuesto, se concluye que la radio analógica (tradicional o convencional), extendida y amalgamada, a los nuevos soportes y formatos de escucha, no sólo informa para afianzar las normas sociales, transmitir la herencia cultural, velar por el entorno o entretener a la audiencia como se estipula desde la teoría funcionalista, también educa, centrada en el proceso comunicativo dialógico mediante el co-aprendizaje sobre disímiles áreas desde sus emisoras públicas (sin fines de lucro). Conciencia, reflexiona, problematiza e impulsa la comunicación «sobria, equilibrada y sostenible» (Sierra, 2019). No se centra en los efectos, se encarga del proceso comunicativo.

Para desarrollar su principal encargo social, más de allá de permitir la convergencia de saberes y gustos populares, la radio analógica debe asegurar el acceso y la participación en su programación, revitalizar el compartir, la educación problematizadora, el servicio público, articular el vínculo social y estimular la cultura y el conocimiento. Ello permitiría dotar al medio de espacios de resistencia que cuestionen y se opongan al statu-quo, y no sólo promuevan, reproduzcan o legitimen el sistema social dominante. Elemento que corrobora, además, la importancia de la comunicación en el proceso de contestación de las lógicas de reproducción ideológica del capitalismo, definida como una dinámica «compleja, abierta y contradictoria» (Sierra, Maldonado & Del Valle, 2020).

Contiene así el medio seleccionado las potencialidades para desencadenar el involucramiento y la toma de decisiones de los oyentes, pues en su actuar democrático permite acompañar y fortalecer las diversas acciones y prácticas culturales, productivas, sociales,

políticas y de servicio público de la nación. Esta fortaleza contribuye a la crítica de la comunicación dominante estandarizada y al sistema vertical de imposición de imaginarios, como uno de los principales problemas para el progreso, que atenta contra un proceso comunicacional mediático como ejercicio de liberación y gobernanza ciudadana.

### Notas

- (1) Representada por Theodor W. Adorno, Max Horkheimer; Walter Benjamin, Franz L. Neumann, Herbert Marcuse, Jürgen Habermas.
- (2) Prealimentación o *feed-forward* resulta un término acuñado a finales de los años setenta y definido como la «búsqueda inicial que hacemos entre los destinatarios de nuestros medios de comunicación para que nuestros mensajes los representen y reflejen» (Kaplún, M., 2016, p. 78-79).
- (3) Extrapola la radiodifusión por ondas y traspasa sus propios límites tradicionales hacia las redes sociales en línea, teléfonos móviles, televisión de pago, sitios web de los periódicos, plataformas de música. La escucha se lleva a cabo en frecuencia modulada (FM), ondas medias (AM), cortas y tropicales, pero también en *smartphones* (celulares inteligentes), reproductores multimedia, ordenadores, portátiles, tabletas, *smart speakers* (bocinas inteligentes); puede ocurrir en directo (en el dial o vía *streaming*) o bajo demanda (*podcasting* o mediante la búsqueda de archivos o directorios –radio a la carta–) (Kischinhevsky, 2020, p. 161).
- (4) La reforma del universo narrativo radiofónico (web-radios y bancos de datos de programas), refleja su capacidad de adaptación y de ajuste a las novedades. Calidad denominada mediamorfosis (Fidler, 1997) o remediación (Bolter & Grusin, 1999), causa principal de la evolución de la radio con relación a determinados aspectos de Internet y, en particular, de la Web.
- (5) Constituye una institución social, económica y cultural, sujeta a leyes, regulaciones, normas y cambios históricos dados básicamente por transformaciones en sus aspectos sociológicos, jurídicos (quienes la manejan o controlan) y en sus mensajes.
- (6) Según datos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) en el Informe de la Agencia de Naciones Unidas para la Comunicación y las Nuevas Tecnologías, tan sólo un 63, 2% de la población mundial tenía acceso a Internet en septiembre del 2020: más del

- 85% en las regiones desarrolladas (Europa, Norteamérica), pero menos del 50% en regiones pobres como África.
- (7) La radio resulta un bien y lugar público que junta la escucha privada y la acción colectiva. El espectro radioeléctrico es el conjunto de frecuencias que de acuerdo con la tecnología disponible se emplea para emitir ondas que transportan información de interés para el pueblo (Morales, 2020).
  - (8) «Otras iniciativas también han privilegiado el debate sobre la función educativa de los medios de comunicación: la Declaración de Grunwald (1982), la Proclamación de Alejandría acerca de la alfabetización informacional y el aprendizaje de por vida (2005), la Agenda de París para la Educación en Medios (2007), la Conferencia de Oriente Medio sobre Educación en Medios de Arabia Saudí (2007), el Foro Internacional sobre Investigación en Medios (Londres; Hong Kong, 2008), la Conferencia sobre Investigación en Medios celebrada en Nigeria (2008), junto con las Recomendaciones del Parlamento Europeo de 2007 y la Recomendación de la Comisión Europea, que afirmaba que todos los estados miembro deberían aportar datos por países relativos a los niveles educativos respecto de educación para los medios de sus ciudadanos» (Aguaded & Pérez, 2012, p. 26).
  - (9) Los antecedentes de la educación en radio se hallan en Radio Zutatenza en Colombia (1947). El modelo de Radio Sutatenza se denominó: Escuelas radiofónicas. Y resultó tan exitoso que fue copiado por muchos obispados y congregaciones religiosas en Chile, Argentina, Perú, Ecuador, Venezuela, en toda Centroamérica. En Brasil, el MEB7 estimuló la compra de emisoras en el Nordeste con el objetivo directo de retransmitir clases y otros programas de formación agrícola y cooperativismo (López-Vigil, 2015).
  - (10) Al educar, el medio radiofónico incide en las transformaciones del tejido colectivo, la reorganización de las formas del habitar, del trabajar, del jugar (Sierra, 2016), mientras se inserta de manera sutil para acompañar y entretener, concienciar y mediar lo popular tanto técnica como discursivamente. «Por ser el que más estimula la imaginación, continúa siendo el más confiable, imparcial y justo» (Rodero, 2020, p. 10), cualidad que posibilita su función educativa, desde la creación colectiva de significados y significantes.
  - (11) Mario Kaplún propone su Modelo de Comunicación grupal en la década de los 90, dirigido fundamentalmente a los sectores y organizaciones populares. El esquema

propuesto combina medios artificiales/tecnológicos de reproducción (vídeo, radio, cassette), con la comunicación interpersonal, a través de instrumentos como el cine-foro, el disco-foro, la canción-debate o el cassette-foro. Su pedagogía parte de la discusión en grupo de mensajes previamente grabados, en torno a los cuales se reflexiona e intercambian opiniones, de manera que los educandos comienzan a aprehender y a aplicar los conocimientos transformadores de ahí derivados.

- (12) Se constatan, además, la presencia de otras variantes de facilitación, que el oyente elige a partir de so-portes alternativos y no convencionales para el consumo de radio. En países como Brasil, España y Chile por citar ejemplos, el medio se convierte en radio para leer, radio para andar, radio para llevar, contenidos transmedia, visualización de la información, iniciativas sociales y nuevas plataformas sociales de emisión, brand radio, reconfiguración de los contenidos a través de los nuevos negocios, expansión y explosión del podcast (Martínez-Costa & Prata, 2017, p.109-128).

### Referencias Bibliográficas

Alonso, J. (2020). La transversalidad de lo comunitario en la relación comunicativa, En Sánchez, G.; Jara, D. & Alonso, J. *Gestar participación desde la comunicación en épocas de desafíos mediáticos*. Santa Clara, Cuba: Editorial Feijoo.

Ahmed, W.; Vidal-Alaball, J.; Downing, J. & López-Seguí, F. (2020). Covid-19 and the 5G conspiracy theory: social network analysis of Twitter data. *Journal of Medical Internet Research*, 22(5). Recuperado de: <https://doi.org/10.2196/19458>

Aguaded. G. I. & Pérez, R. M. (2012). Estrategias para la alfabetización mediática: competencias audiovisuales y ciudadanía en Andalucía. *New Approach in Educational Research*, 1(1), 25-30. Recuperado de: <https://naerjournal.ua.es/article/download/v1n1-4/39.pdf>

Ballesteros, T. & Martínez, G. (2019) *¡La radio vive! Mutaciones culturales de lo sonoro*. Ecuador: Ediciones Ciespal. Recuperado de: [https://ciespal.org/wp-content/uploads/2019/06/La\\_radio\\_vive.pdf](https://ciespal.org/wp-content/uploads/2019/06/La_radio_vive.pdf)

Barranquero, A. (2010). Comunicación participativa y educación en medios. Implicaciones del concepto de pre-alimentación (*feed-forward*) de Mario Kaplún. Recuperado de: [http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/comunicacion\\_participativa\\_y\\_educacion\\_en\\_medios\\_implicaciones\\_del\\_concepto\\_de\\_prealimentacion\\_feed-forward\\_de\\_mario\\_kaplun.pdf](http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/comunicacion_participativa_y_educacion_en_medios_implicaciones_del_concepto_de_prealimentacion_feed-forward_de_mario_kaplun.pdf)

Barranquero, A. & Sáez, Ch. (2015). La crítica decolonial y ecológica a la comunicación para el desarrollo y el cambio social. *Palabra Clave*. 18(1), 41-82. Recuperado de: <https://DOI:10.5294/pacla.2015.18.1.3>

Barranquero, A. & Treré, E. (2021). Comunicación alternativa y comunitaria. La conformación del campo en Europa y el diálogo con América Latina. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*. (146) 159-182. Recuperado de: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4390>.

Beltrán, L. R. (2012). *Democracia y Comunicación. Serie 2: Aportes a la democracia intercultural*. Bolivia: OEP. Recuperado de: <https://pdfslide.net/documents/luis-ramiro-beltran-democracia-y-comunicacion.html?page=9>

Bolter, J. D. & Grusin, R. (1999). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge: The MIT Press.

Caballero, M. T. & Hernández, M. (2022). La participación en la comunicación radial del patrimonio cultural como emergente social. *Question/Cuestión*, 3(71). Recuperado de: <https://doi.org/10.24215/16696581e676>

Caballero, M. T. & Yordi, M. (2004). *El trabajo comunitario: alternativa cubana para el desarrollo social*. Camagüey, Cuba: Ediciones Ácana y Universidad de Camagüey.

Cadavid, A. & Gumucio Dragón, A. (2014). *Pensar desde la experiencia: comunicación participativa en el cambio social*. Bogotá, Colombia: UNIMINUTO. <https://ferledesma.files.wordpress.com/2016/02/cadavid-debates-sobre-comunicacion-desarrollo-38-55.pdf>

Canavilhas, J. (2020). La radio en el ecosistema mediático del siglo XXI: estudio de caso en Portugal. *index.comunicación*, 10(3), 263-281. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Laradi>

Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, business and Society*. New York, USA: Oxford.

Contreras, A. (2020). La comunicación en tiempos del coronavirus. *SIGNIS ALC*. Recuperado de: <http://signisalc.org/noticias/articulos/23-03-2020/la-comunicacin-en-tiempos-del-coronavirus23/03/2020>

Cordero, L. (2018). La comunicación como proceso cultural. Pistas para el análisis. *Revista FLACSO*. Recuperado de: <https://www.revflacso.uh.cu/index.php/EDS/article/view/299>

Chávez, I, G. (2012). La radio como experiencia cultural: un panorama de la radiodifusión en el ámbito internacional y los inicios de la radio educativa en el periodo nacionalista en México 1924-1936. *Revista Signos Históricos*. 14(28). Recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-44202012000200004](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-44202012000200004)

De Beauvoir, C. (2015). El documental radiofónico en la era digital: nuevas tendencias en los mundos anglófono y francófono. *Razón y Palabra*, 19 (91). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199541387025>

De Certeau, M. (2000). *La Invención de lo cotidiano 1. Artes de Hacer*. Universidad Iberoamericana. México: Cultura Libre. Recuperado de: [https://monoskop.org/images/2/28/De\\_Certeau\\_Michel\\_La\\_invencion\\_de\\_lo\\_cotidiano\\_1\\_Artes\\_de\\_hacer.pdf](https://monoskop.org/images/2/28/De_Certeau_Michel_La_invencion_de_lo_cotidiano_1_Artes_de_hacer.pdf)

Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.

Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Montevideo: Tierra Nueva.

García-Canclini, N. (2020). ¿La cultura como eje del desarrollo?, en Bustamante, E. et al. (2020) *Iberoamérica: La Cooperación cultura-comunicación en la era digital*. Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) (21-29) Recuperado de: <https://e->

[archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/30855/Canclini\\_cultura\\_Iberoamerica\\_2020\\_6.pdf?sequence=1](http://archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/30855/Canclini_cultura_Iberoamerica_2020_6.pdf?sequence=1)

González, J. (2020). *Medios de comunicación: ¿al servicio de quién?* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO; Barcelona, España: Icaria Editorial. Recuperado de: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20200423054514/Medios-de-comunicacion.pdf>

Gumucio-Dragón, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, 30(58). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf>

Hernández, M. & Caballero, M.T (2020). Desafíos para hacer radiocomunicación en tiempos de pandemia y aislamiento social. La participación como alternativa para construir una radio con todos y para todos. *Radiofonias. Revista de Estudos em Mídia Sonora*, 11(2) 56-88. Recuperado de: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4368>

Herrera, S. (2003). Tipología de la participación de los oyentes en los programas de radio. *Revista Anàlisi*, 30, 145-166. Recuperado de: <https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/download/15142/14983/>

Jacks, N. & Schmitz, D. (2018). Os meios em Martín-Barbero: antes e depois das mediações. *Revista Matrizes*. 12(1) 115-130. Recuperado de: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/137525>

Kaplún, G. (2019). La comunicación alternativa entre lo digital y lo decolonial. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 141, 75-94. Recuperado de: <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i141.4077>

Kaplún, M. (2016). *Una pedagogía de la comunicación. El comunicador popular*. La Habana: Editorial Caminos.

Kischinhevsky, M. (2020) La radio expandida y sus nuevos actores, en Bossetti, O. E y Espada, A. *La radio (1920-2020) La obstinada vigencia de un medio invisible*. (pp. 161-187) Universidad Nacional de Quilmes: Publicaciones Ciencias Sociales. Recuperado de:

<http://unidaddepublicaciones.web.unq.edu.ar/wp-content/uploads/sites/46/2020/08/EbookLaRadio1920-2020.Bosetti-Espada.pdf>

Liang, L et al. (2020). The effect of Covid-19 on youth mental health. *Psychiatric quarterly*. 91, 841–852. Recuperado de: <https://doi.org/10.1007/s11126-020-09744-3>

López-Vigil, J.I. (2015). *Pasión por la radio*. Quito, Ecuador: Artes Gráficas Silva.

Martin-Barbero, J. (2003). La globalización en clave cultural. Una mirada latinoamericana. *Renglones* 53. Recuperado de: [https://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/martin\\_barbero3.pdf](https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/martin_barbero3.pdf)

Martin Serrano, M. (2004). *La producción social de comunicación*. Madrid, España: Alianza Editorial, S. A, Madrid.

Martínez-Costa, M. P. & Prata, N. (2017). La Radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma. *Intercom - RBCC São Paulo*, 40(3) 109-128. Recuperado de: <https://www.scielo.br/j/interc/a/hFnHm6hvV8wQH3LvxcRfGp/?format=pdf&lang=es>

McLuhan, M. y Powers B. R. (1995). *La aldea global*. Barcelona, España: Gedisa Editorial.

Méndez, V.M. & Quintana, J. (2017). Algunas consideraciones teóricas sobre la función de la radio en la promoción de salud. *Revista Cubana de Medicina General Integral*. 33(2). Recuperado de: <http://www.revmgi.sld.cu/index.php/mgi/article/view/287/142>

Milito, C., Gabay, S. & Negrín, S. (2020). Un mapeo de las producciones transmedia en las radios universitarias argentinas, en Bosetti, O., & Espada, A. *La radio (1920 - 2020) La obstinada vigencia de un medio invisible*. (p. 237-261) Universidad de Quilmes. Bernal. Recuperado de: <http://unidaddepublicaciones.web.unq.edu.ar/wp-content/uploads/sites/46/2020/08/EbookLaRadio1920-2020.Bosetti-Espada.pdf>

Moragas, M. (2020). De la comunicación a la cultura: Nuevos retos de las políticas de comunicación en Bustamante, E. et al. *Iberoamérica: La cooperación cultura-comunicación en*

*la era digital*. (30-38) España. Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado de: [https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/30846/cooperacion\\_cultura\\_iberamerica\\_2020.pdf](https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/30846/cooperacion_cultura_iberamerica_2020.pdf)

Morales, P. (2020). La condición sexogenérica de nuestras emisoras universitarias. En Bosetti, O., y Espada, A. *La radio (1920 - 2020). La obstinada vigencia de un medio invisible*. (pp.349-371) Universidad de Quilmes: publicaciones Ciencias Sociales. Recuperado de: <http://unidaddepublicaciones.web.unq.edu.ar/wp-content/uploads/sites/46/2020/08/EbookLaRadio1920-2020.Bosetti-Espada.pdf>

Moreno, P. (2005). La radio en la sociedad multimediática, (redacción y programación). En Gómez & Méndez, J. M. (ed.). *Las tecnologías periodísticas: desde el ayer al mañana*. Colectivo de Autores. Sociedad Española de Periodística. Sevilla. Recuperado en: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/31246/la%20radio%20en%20la%20sociedad.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Riera, C. M. (2012). Lo comunitario como cualidad del desarrollo local. Su alcance práctico para la transformación emancipadora de la sociedad. Tesis Doctoral. Centro de Estudios Comunitarios. Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, Cuba.

Rodero, E. (2020). Radio: the medium that best copes in crises. Listening habits, consumption, and perception of radio listeners during the lockdown by the Covid-19. *El profesional de la información*, 29(3). Recuperado de: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.06>

Santos, C. (2020). Reflections about the impact of the SARS-COV-2/Covid-19 pandemic on mental health. *Brazilian journal of psychiatry*, 42(3). Recuperado de: <https://doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0981>

Saladrigas, H., De la Noval, A. & Portal, R. (2021). La comunicación para el cambio social: una aspiración dentro del campo académico de la comunicación social en Cuba. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*. 9(2). Recuperado de: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2308-01322021000200008](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322021000200008)

Sennett, R. (1978). *El declive del hombre público*. Barcelona, España: Ediciones Península.

Servaes, J. (2012). Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social. Una visión general. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, 17-40. Recuperado de: [https://doi.org/10.5209/rev\\_CIYC.2012.v17.39256](https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2012.v17.39256)

Sierra, F. (2009). Cultura Solidaria, medios de información y participación ciudadana. Notas sobre la mediación local y las políticas de integración social en España. *Perspectivas de la Comunicación*, 2 (1). Recuperado de: <https://revistas.ufro.cl/ojs/index.php/perspectivas/article/view/64>

Sierra, F. (2016). Gestión de la comunicación y la información en catástrofes. Rol de los medios de Comunicación. *Conferencia en Asamblea Nacional del Ecuador*. CIESPAL. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=gN0iBjl-3NY&t=674s>

Sierra, F. (2019). Ecología de la comunicación. *Mundo Obrero*. Recuperado de: <https://www.mundoobrero.es/pl.php?id=8880>

Sierra, F.; Maldonado, C. & Del Valle, C. (2020). Nueva Comunicología Latinoamericana y Giro Decolonial. Continuidades y rupturas, en CIC. *Cuadernos de Información y Comunicación* 25, 225-242. Recuperado de: <https://doi.org/10.5209/ciyc.68236>

Sierra, F. (2020). El reto de las redes multilaterales de cooperación, en Bustamante, E et al. (2020) en Bustamante, E. et al. Iberoamérica: *La cooperación cultura-comunicación en la era digital*. (pp. 102-109) Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) Recuperado de: [https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/30846/cooperacion\\_cultura\\_iberamerica\\_2020.pdf](https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/30846/cooperacion_cultura_iberamerica_2020.pdf)

Sierra, F. & Sola-Morales, S. (2021). El lugar de la cultura en la era del capitalismo cognitivo. Notas para una discusión sobre ciudadanía digital. *Comunicación y Hombre*. 17, 253-269. Recuperado de: <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.591.253-269>

Solarte, T. (2015). *Informe: Los medios en 2020: así serán la prensa, la radio y la televisión, Toyoutome blog*, Dirección de Comunicación y Marketing Corporativo de PRISA. Recuperado de: [http://boletines.prisadigital.com/InformeTYTM\\_Los%20medios%20en%202020.pdf](http://boletines.prisadigital.com/InformeTYTM_Los%20medios%20en%202020.pdf)

Trejo, R. (2011). El Tronco, el árbol, la enramada. La investigación de los medios de comunicación y las ciencias sociales en: Trejo, R. & Sánchez, E. (2011). *Qué pasa con el estudio de los medios. Diálogo con las Ciencias Sociales en Iberoamérica*. España: Comunicación Social. Recuperado de: <https://doi.org/10.52495/c2.emcs.5.ei3>

Tufte, T. (2015). *Comunicación para el cambio social. La participación y el empoderamiento como base para el desarrollo mundial*. Barcelona, España: Icaria.

MacBride, S. et al (1980). *Un solo mundo, voces múltiples*. Fondo de Cultura Económica, México / Unesco, París. Recuperado de: <http://diversidadaudiovisual.org/wp-content/uploads/2013/05/macbride-1980.pdf>

Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) (2020) Informe de la Agencia de Naciones Unidas para la Comunicación y las Nuevas Tecnologías. Recuperado de: <https://www.google.com/amp/s/www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20190513/462140060359/brecha-digital-desigualdad-acceso-internet.html%3ffacet=amp>

Valle, A; Manrique, L. & Revilla, D. (2022) *La Investigación Descriptiva con Enfoque Cualitativo en Educación*. Facultad de Educación PUCP. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: <https://files.pucp.education/facultad/educacion/wp-content/uploads/2022/04/28145648/GUIA-INVESTIGACION-DESCRIPTIVA-20221.pdf>