



Preferencias y valoración de los oyentes sobre la labor radiofónica en Pilar en el 2019

Carlos Ovella Jara

ovella.carlos.jara@gmail.com

Mingo Palacios Rojas

mingopalaciorojas@gmail.com

Universidad Nacional de Pilar
Facultad de Ciencias, Tecnologías y Artes
Pilar, Paraguay

RESUMEN

Se indagó las preferencias y valoraciones de los oyentes sobre la labor radiofónica en la ciudad de Pilar, Paraguay. Para ello se utilizaron metodologías con enfoques cuantitativos y cualitativos, de tipo descriptivo. Se realizaron encuestas en 27 barrios. La muestra se conformó por 380 participantes, ofreciendo un 95% de confiabilidad y 5% de margen de error, seleccionados mediante un sistema aleatorio con varias etapas. Por otra parte, se efectuaron entrevistas a ocho conductores de programas radiales, de tal manera a tener la opinión desde la posición de los encargados de la comunicación y realizar un contraste en los datos. Los principales hallazgos documentan la poca participación de los oyentes, también que el público que participa, en general prefiere hacerlo en forma anónima. Los oyentes tienen una percepción de que existen agentes externos que intervienen en los medios para tratar de marcar la agenda informativa. Sienten que sí sus opiniones contradicen dicha agenda, serán tildados de una forma que podría afectar su manera de convivir en el ámbito social e incluso laboral. Aun así, se observa un alto número de quienes escuchan radio, y entre los programas más preferidos son de estilo informativo. Por su parte los conductores expresaron que los programas se orientan hacia las necesidades de la comunidad, y aunque reconocieron que haya presiones directas o indirectas se esfuerzan por mantener su profesionalismo y responsabilidad, coinciden en notar una baja participación y la necesidad de que se apropien del medio como una herramienta de intervención ciudadana.

Palabras clave: preferencias, valoración, labor radiofónica, oyentes.

Listener preferences and assessment of the radio work in Pilar in 2019

ABSTRACT

The preferences and evaluations of listeners about the radio work in the city of Pilar, Paraguay, were investigated. For this, methodologies with quantitative and qualitative approaches, descriptive type, were used. Surveys were conducted in 27 neighborhoods. The sample consisted of 380 participants, offering a 95% reliability and a 5% margin of error, selected through a random system with several stages. On the other hand, interviews were carried out with eight radio program hosts, in such a way as to have the opinion from the position of those in charge of communication and carry out a contrast in the data. The main findings document the low participation of listeners, also that the public that participates, in general prefers to do so anonymously. Listeners have a perception that there are external agents that intervene in the media to try to set the news agenda. They feel that if their opinions contradict said agenda, they will be branded in a way that could affect their way of living together in the social and even work environment. Even so, a high number of those who listen to the radio are observed, and among the most preferred programs are of an informative style. For their part, the conductors expressed that the programs are oriented towards the needs of the community, and although they recognized that there are direct or indirect pressures, they strive to maintain their professionalism and responsibility, they coincide in noting a low participation and the need to take ownership of the medium as a tool for citizen intervention.

Keywords: preferences, evaluation, radio work, listeners.

Artículo recibido: 25 dic. 2020

Aceptado para publicación: 26 ene. 2021

Correspondencia ovella.carlos.jara@gmail.com

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de las comunidades es una tarea sumamente compleja, implica la participación de varios actores (Rodrigo, 1994). Así también no es suficiente contar con una planificación, o la simple aplicación de la tecnología, incluso aunque se tenga presupuesto abundante, lo fundamental es que los actores de la comunidad sean partícipes en el proceso de cambio, teniendo claro los objetivos de desarrollo que le permitan alcanzar una mejor calidad de vida (Díaz Jordán & Morales Chacón, 2014).

La participación ciudadana organizada de la comunidad es la vía que garantiza un desarrollo sostenible, una participación activa, que no se limite a la población como meros oyentes en carácter de beneficiarios de políticas públicas pensadas desde fuera de su contexto y llevadas a cabo sin consulta previa (Lecannelier, 2006). Esta forma de participación muchas veces es utilizada como una simple validación de formalidad pero que en esencia no implica una relación en igualdad de posiciones. Así también Bordenave (2012) hace hincapié en la necesidad de una relación horizontal entre los actores sociales. Para Cárdenas Travieso (2016) la participación debe ser entendida como un ejercicio constante de intervención, mediante medios que potencien y propicien el protagonismo de los actores comunitarios. Participación y comunicación son dos caras de una misma moneda, en donde “un proceso de comunicación participativa presupone la participación activa de las personas en una interacción coherente y sistemática, sobre la base de fines comunes y la toma –por consenso- de decisiones y acciones que beneficien a todo el colectivo” (Cárdenas Travieso, 2016, pág. 5).

En el mismo sentido, la comunicación para el desarrollo y el cambio social, “supone un uso intencionado, estratégico, planificado y potencialmente evaluado de acciones y recursos de comunicación en un proceso de desarrollo concreto con la participación central de los actores comunitarios para superar un problema social identificado” (Huarcaya, 2006, pág. 21).

Así también, Huarcaya (2006) menciona su amplio alcance mencionando que:

Está presente en el trabajo que realizan las instituciones civiles, públicas y no gubernamentales para la promoción del desarrollo, y en toda iniciativa cuyo objetivo final sea elevar la calidad de vida de un grupo humano, promover su bienestar material y espiritual (tal como propone el modelo de Desarrollo Humano), impulsar un cambio

social a partir de la búsqueda del bien común, que permita que la vida social sea medio de autorrealización personal. (pág. 21).

En los años 50 y 60, durante la época conocida como la de modernización, la comunicación para el desarrollo se enfocaba bajo un modelo para incentivar nuevas prácticas consideradas innovadoras por el uso de tecnologías (Martínez Gómez & Agudiez, 2012), el objetivo por ende era lograr el cambio social por la aplicación de nuevas herramientas en la vida de las personas (Beltrán, 2006). En la actualidad, la comunicación para el desarrollo tiene por fin el de impulsar el cambio social mediante el fortalecimiento de la organización comunitaria, dándole participación a los actores beneficiarios en la toma de decisiones importantes para su propio desarrollo (De Lara González & Olabe Sánchez, 2013).

Este cambio de enfoque, implica que el cambio social que se busca, no es el cambio individual, inducido o impulsado mediante alguna estrategia de persuasión, sino un cambio genuino que parte de la misma necesidad de la comunidad, mediante un proceso de diálogo y toma de decisiones por consenso (Huarcaya, 2006).

En el mismo sentido expresa Gray (1999, cómo se citó en Huarcaya, 2006, pág. 22):

La comunicación para el cambio social, por otro lado, se define como un proceso de diálogo privado y público, a través del cual las gentes deciden quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo. Por cambio social entendemos un cambio en la vida de un grupo social, de acuerdo a los parámetros establecidos por ese mismo grupo. Esta aproximación busca especialmente mejorar las vidas de los grupos marginados (tanto política como económicamente), y está guiada por los principios de la tolerancia, la autodeterminación, equidad, justicia social y participación activa de todos” (Gray, Deane, 1999).

Otros autores como Díaz Bordenave (2012) y Ortega Romero y Jima Solano (2014) coinciden en que el propósito de la comunicación es facilitar a las personas los medios para lograr mejoras sostenibles, para el desarrollo individual y comunitario. Pero para lograr dicho propósito, el comunicador debe desempeñar dos funciones clave:

A. Permitir o facilitar el diálogo con las comunidades y al interior de éstas en apoyo a procesos sostenibles de definición de políticas y toma de decisiones.

B. Utilizar estrategias, métodos, recursos de comunicación para alcanzar las metas actuales, y fortalecer la capacidad para abordar los problemas de desarrollo futuros y las cuestiones relacionadas con el cambio social (Huarcaya, 2006).

La primera de las funciones clave se refiere a la facilitación del diálogo entre comunidades y al interior de éstas como apoyo a los procesos de desarrollo. Este diálogo permitirá que la comunidad misma establezca las metas de desarrollo, los tiempos en que desea alcanzarlas y su forma de contribución.

La segunda función comprende el uso de estrategias, métodos y recursos de comunicación para alcanzar las metas propuestas, fortalecer la capacidad local para abordar los temas relacionados al desarrollo futuro. El cual propone el uso planificado de recursos de comunicación para lograr que un grupo social involucrado en un proceso de desarrollo alcance sus objetivos a través del compromiso y la participación (Huarcaya, 2006, pág. 25).

Estas dos fases hacen referencias a dos momentos, en la primera la comunidad se plantea una agenda de acuerdo sus prioridades, necesidades, medios y la misma conciencia de sus problemas comunes. Aquí el comunicador facilita el diálogo abierto para que los miembros de la comunidad se expresen, de tal manera a unificar criterios, buscando consensos al momento de responderse la pregunta ¿qué queremos ser? ¿A dónde apuntamos? ¿cuál es el desarrollo que necesitamos? En el segundo momento el comunicador brinda apoyo a la comunidad para visibilizar sus propuestas y ser nexo o puente con las instituciones encargadas, públicas o privadas. Es importante recalcar que los objetivos de desarrollo comunitario no sólo consideran a cuestiones materiales, sino que también a cuestiones invisibles como un mejor convivir en comunidad, evitar la discriminación, eliminar los prejuicios y los malos hábitos, todo esto para potenciar el desarrollo humano (Llorente & Cuenca, 2013).

La complejidad de la labor del comunicador requiere de conocimientos en distintas áreas, ya sean las que se consideran técnicas del periodismo, de relaciones públicas, marketing, pero además no se debe descuidar los conocimientos sobre la perspectiva social y humana de los hechos que aborda, además de una necesidad de contextualizar sus acciones conforme a las características socioculturales de sus oyentes (Huarcaya, 2006).

Atendiendo lo anterior, Huarcaya (2006) propone como consideraciones que un comunicador competente para el desarrollo y el cambio social sabe como: Comprender al público destinatario, informarse sobre el contexto/la cultura, analizar la situación; Escuchar, observar; Comunicar en forma clara y eficaz (escrita y hablada); Usar métodos participativos, dar a las comunidades una voz; Relacionarse e identificarse con la gente,

comunicar y trabajar a través de las culturas; Motivar, movilizar, comprometer a la gente; Establecer asociaciones (negociar, cimentar la confianza), colaborar, crear vínculos; y Desarrollar estrategias de comunicación e intervención.

Además, de los requerimientos previamente mencionados, el comunicador debe convertirse en un puente, con la capacidad de conectar los puntos, entre la comunidad y las instituciones de desarrollo, ser un mediador o un nexo entre los técnicos, políticos y la comunidad (Martínez Gómez & Agudiez, 2012). “De tal manera que la población no permanezca ajena a la planificación del proceso de desarrollo, pueda contribuir con su conocimiento local para ampliar las posibilidades de desarrollo, corregir los errores de los técnicos, y participe del proceso” (Huarcaya, 2006, pág. 29).

Esto es, en síntesis, el quehacer del comunicador para el desarrollo y el cambio social: buscando hacer partícipe a la comunidad del proceso, se convierte en estrategia y en mediador de la dinámica de la comunicación que el proceso de desarrollo desencadena.

En esta investigación se aborda la labor del comunicador desde los espacios radiales en la ciudad de Pilar, teniendo en cuenta la opinión de los pobladores oyentes, entendiendo que las radios emisoras cumplen un papel fundamental en las sociedades, siendo uno de los canales con mayor diversidad de usos, ofreciendo espacios recreativos hasta educativos, “en el pasado solo las instituciones educativas eran tenidas en cuenta para la formación de los individuos, pero hoy día la radio también es considerada como una institución capaz de contribuir con la formación de los ciudadanos” (Jima Solano, 2014, pág. 19).

Según Samaniego (2017) la radio es tenida en cuenta en la actividad diaria de las personas, cumpliendo el rol de informador, pero también de refugio y compañía ciudadana. Así mismo este autor menciona que los medios radiales desempeñan una función significativa dentro de la sociedad, no sólo por ofrecer informaciones, sino por actuar como una suerte de seguridad ciudadana, porque ofrece espacios de opiniones, discusiones y reclamos sobre las problemáticas comunitarias.

Por su parte Prieto, Duarte Rincón y Ramos (2008) plantea que la radio puede ofrecer: Formatos informativos, de opinión, tipo consultorios, cápsulas, cuñas educativas, campañas de prevención, radioteatros, entrevistas, radio-revistas, microprogramas, transmisiones en vivo y espacios musicales, dramatizados y de entretenimiento, con temas de interés generales, ecología y ambiente, historia, geografía, valores, ética,

lenguaje, identidad cultural, música y aspectos de la realidad local, nacional e internacional, que pueden ser usados de manera efectiva y eficiente, con fines educativos. (pág. 9).

A su vez Moreno (2005) expresa que “los tipos de comunicación que ofrecen los medios radiofónicos, no son como cualquier otro medio de comunicación, sus contenidos son de diferentes tipos, formas y signos. La actuación radiofónica se establece por medio de un modelo determinado” (pág. 67).

Así también la comunicación “es un proceso de interacción social, a través de signos y sistemas de signos, producto de las actividades humanas. Los hombres en el proceso de comunicación expresan sus necesidades, aspiraciones, criterios, emociones, etc.” (García Turrado, 2016, pág. 6)-

Se debe mencionar, además, que la comunicación es un factor propio del desarrollo humano. La comunicación es intercambio de conocimientos, de hábitos, de sentimientos, es diálogo y consenso. Desde esta perspectiva el fenómeno comunicativo está en la misma base de la acción humana, por lo tanto, no puede entenderse desarrollo de las sociedades sin la comunicación (Martínez Gómez & Agudiez, 2012).

Sobre el tema Bordenave menciona que la comunicación puede ayudar a aumentar el sistema de participación de las comunidades, contribuyendo a la definición de objetivos en conjunto, en la elaboración de planes, y en la ejecución de proyectos orientados al desarrollo humano partiendo de los actores principales, que son a su vez los beneficiarios (Bordenave, 2011).

Por todo lo expuesto, se ve la necesidad de indagar sobre la labor radiofónica en Pilar. Primero desde la perspectiva de los oyentes mediante encuestas de hogares en los diferentes barrios de la ciudad, y luego adicionalmente, como estrategia de triangulación realizando entrevistas a los conductores de programas periodísticos.

En el trabajo se planteó identificar la frecuencia, gustos y hábitos de quienes escuchan radio en la ciudad de Pilar. Describir los tipos de programas radiales que más interesan a los oyentes, en qué horarios lo hacen, además de si acostumbra a intervenir en vivo en los programas periodísticos, identificar posibles barreras que limitan su participación. También se indaga sobre la opinión de los oyentes en cuanto a que sí perciben o no algún tipo de injerencia de agentes externos en el desarrollo de los programas radiales.

Por otro lado, conocer desde el punto de vista de los comunicadores si existe buena participación de los ciudadanos en los medios de comunicación empoderándose de esta herramienta; así también qué medios facilitan a sus oyentes para que puedan expresar y emitir sus ideas u opiniones. Del mismo modo se consulta a los comunicadores, si durante sus trayectorias, ha tenido presión política partidaria o de algún otro agente externo, y por último si los programas que desarrollan están orientados hacia las necesidades de la comunidad y cómo ejecutan esas acciones para ser nexo entre la comunidad y los agentes de desarrollo.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de esta investigación se utilizaron estrategias metodológicas con enfoques cuantitativos y cualitativos.

Para la parte cuantitativa se desarrolló un estudio descriptivo (Hernández Sampieri, 2014), mediante encuestas de hogares realizado en 27 barrios de la ciudad de Pilar, Paraguay.

La población lo constituyeron 32.724 habitantes aproximadamente según proyecciones para el año 2019 (DGEEC, 2015). Para el cálculo del tamaño de la muestra se consideró un 95% de confiabilidad y 5% de margen de error, definiendo un total de 380 participantes, identificados mediante un sistema con varias etapas de selección.

Primero se sortearon las manzanas de cada barrio para la consulta, en un segundo momento se seleccionaron las casas a visitar mediante un sistema estandarizado que se repitió en todos los casos. Y en un tercer momento, se seleccionó a un residente por hogar para responder el cuestionario preparado para la recolección de datos.

Para la fase cualitativa se implementó como técnica de recolección de datos la entrevista a 8 conductores de programas periodísticos seleccionados de emisoras de la ciudad de Pilar, en el año 2019 (ZP12 Radio Carlos A. López, Radio Sur FM, Nativa FM, Radio Universidad, Arapy FM, Plus FM, Radio Patria Soñada, FM Pilar). Como apoyo para la entrevista se elaboró una guía con preguntas orientadas al logro de los objetivos propuestos.

Los participantes para las entrevistas fueron seleccionados de las emisoras que tenían mayor audiencia según los datos de la encuesta que se realizó en la primera fase de esta investigación. Así también, se tuvo en cuenta como criterio de inclusión que sean locutores que realizan programas informativos, noticiosos o de opinión emitidos por las

mañanas, ya que estos son los estilos principales que la gente escucha y el horario más frecuente, dato también extraído de la encuesta.

Consideraciones éticas

En el primer contacto con los participantes se les aclaró el objetivo de la entrevista, a quiénes se ha solicitado respuestas con la mayor libertad y sinceridad posible, a fin de compartir ideas y experiencias lo más veraces posibles, además, se aclaró que sus respuestas serán abordadas dentro de la investigación en forma anónima.

También se acordó con los entrevistados evitar consultas sobre cuestiones que no quisieran responder por generarles algún conflicto de intereses, como detalles sobre políticas que implementa la radio donde trabaja, entre otros, constituyéndose en limitaciones del trabajo.

Como parte del consentimiento informado los entrevistados en todo momento tenían posibilidad de abandonar la entrevista sin la necesidad de completar todas las preguntas.

RESULTADO Y DISCUSIONES

Datos cuantitativos de la encuesta a oyentes

Los resultados del trabajo de campo permiten observar que un 92,4 % de los encuestados escuchan radio en algún momento de su andar diario, un 1,5 % lo hacen algunas veces y solo el 6,1 % de los encuestados contestaron que no escuchan radio. En cuanto al sexo de los oyentes el 53,4 % son mujeres y un 46,6 % varones.

Al ser consultados sobre qué frecuencia es la que más escuchan un 41,3 % señaló que FM, un 37,6 % expresó que indistintamente FM o AM, mientras que un 15 % solo dijeron escuchar emisoras de AM (6,1% no escuchan ninguno), en este punto coincide esta tendencia que concluyó Ballesteros en su informe 2013 (2013) en que la AM cada vez es menos escuchada en relación a la FM, esto puede ser debido a que existe un gran variedad de radios FM vs a una reducida cantidad de radios AM, teniendo el oyente un mayor abanico de opciones para elegir.

Sobre las radios emisoras más escuchadas en Pilar, los encuestados manifestaron en un 28,7 % sintonizan ZP12 Radio Carlos A. López, en segundo lugar, aparece Radio Sur FM con un 26,8 % de la audiencia, Nativa FM 15,3 %, Radio Universidad 7.9 %, Arapy FM 7.4 %, Plus FM 2,9 %, las radios Radio Patria Soñada y FM Pilar 0.5% y el resto menos del 10% otras radios.

Con referencia a los horarios en que escucha la radio, el 62,9 % dijo no tener un horario definido, otros señalaron que sólo por la mañana en un 26,1 %, sólo en la madrugada un 6 %, y sólo por la tarde un 5 %.

En cuanto a los tipos de programas radiales que más les interesa escuchar, del total de encuestados, más del 77%, prefieren escuchar programas periodísticos o informativos; preferentemente musical folclórico un 12%; programa musical pero con estilos de cachaca, reggaetón y afines 7%; y programa juvenil o de entretenimiento un 4%. En este aspecto es de resaltar como se utiliza la radio como medio de información, reconociendo que el periodismo radial cumple un rol preponderante en las comunidades y “su actividad informativa tiene una trascendencia social” tal como refiere Gil (1999) (mencionado por Ferreira, 2019, pág. 2984). También coinciden con Prieto, Duarte Rincón y Ramos (2008) cuando menciona que la radio puede ofrecer formatos informativos, de opinión, tipo consultorios.

Respecto a la participación en los programas en vivo el 87 % dijo que no acostumbra a intervenir al aire, sólo el 11,8% si participan regularmente cuando creen necesario, mientras que los que participan algunas veces totalizan un 2,8 %. De entre los que no participan, se les consultó cuáles son los principales motivos por lo que no utilizan este medio para dar a conocer sus opiniones sobre los temas que afectan a su comunidad: 33% mencionaron que no participan porque creen que no serán escuchados sus pedidos, 27% expresaron que no confían en los medios y que temen ser tildados como problemáticos, 25% alegaron que tienen vergüenza para hablar en radio, 15% incluyen respuestas varias, pero se rescata la mención reiterada sobre que los medios dan participación de acuerdo sus intereses y cuando una persona se va a expresar en oposición dan muy poco espacio o casi nula posibilidad de intervención.

Sobre este resultado ya en 2011 Bordenave mencionó, que la comunicación para el desarrollo puede ayudar a aumentar el sistema de participación ciudadana, y que es una necesidad imperante propiciar la participación de una gran porción de la comunidad que es invisibilizada. Recae en gran medida la responsabilidad en los comunicadores en convertirse en el puente para conectar a la comunidad con sus autoridades, en dar voz a los que son menos escuchados, así mismo se enfrenta el comunicador a una responsabilidad ética y profesional en el que debe respetar la opinión de sus oyentes.

También Sosa Velázquez y Martínez Álvarez mencionaron que “las radios deben utilizar todos los mecanismos posibles de persuasión social para hacer que los públicos participen activa y creativamente en todas las fases de la programación radial, ya que la participación de la ciudadanía es de vital importancia” (2017, pág. 109).

El 54,5 % de los encuestados cree que hay injerencia de algún agente externo del medio, en especial de índole político, en el desarrollo de los programas radiales; 26.1 % dicen que algunas veces y por algunos aspectos en particular consideran que hay ingerencia de terceros marcando pautas, y en contrapartida solo el 19,4 % señala que no hay o no perciben injerencia de terceros en el desarrollo de los programas.

Sobre la percepción de calidad profesional que tienen los oyentes en relación a los conductores de programas radiales más del 31 % califican excelente, 28 % muy bueno, 24 %, bueno, 6 % aceptable y 11% insuficiente.

Sobre la manera en que es valorada y respetada las opiniones e intereses de los oyentes, el 21% optó por una calificación de excelente, el 29 % calificación de muy bueno, el 25% califican como bueno, el 12% consideran aceptable, y el 13% insuficiente o mala.

También si considera que el programa que suele escuchar le aporta conocimientos y/o informaciones útiles para el desarrollo integral como ciudadano, los participantes expresaron que el 56% consideran que sí, el 19% algunas veces y el 25% expresan que no o de manera muy insuficiente.

Datos cualitativos de la entrevista a comunicadores

Si bien, el estudio se centró en las preferencias y valoración de los oyentes sobre la labor radiofónica en Pilar, también se realizaron entrevistas a conductores, de tal manera a tener la opinión desde la posición de los encargados de la comunicación y realizar una suerte de contraste en los datos.

De las entrevistas participaron 8 comunicadores, y mediante este proceso se pudo acceder a información que permite describir como se vinculan y dan participación a sus oyentes, como generan o cuales son las fuentes de sus noticia, que medios facilitan a la comunidad para exponer sus opiniones y también otros detalles que hacen a la labor radiofónica, considerando que incluso entre los antecedentes investigativos se identificó que “es común la dificultad para acceder a particularidades de la actividad profesional de los comunicadores que realizan radio” (Rodríguez, 2000 mencionado por Ferreira 2019, pág. 2990).

Las edades de los entrevistados oscilan entre 40 a 53 años, entre ellos siete varones y una mujer, por otra parte, en relación al grado académico, dos de ellos son licenciados, dos abogados, dos técnicos en Comunicación para el Desarrollo y dos realizaron estudios hasta el bachillerato.

Cuatro conductores de programas periodísticos señalan que desarrollan sus programas en la radio utilizando las informaciones ya existentes o generados en el momento, que identifican en redes sociales o grupos de WhatsApp, otros tres conductores destacaron a la radio como un medio natural de los oyentes, por donde se canalizan muchas informaciones que se producen o cubren directamente desde ese medio, expresando que hoy en día es normal que la gente utilice la radio para comunicar, canalizar inquietudes y necesidades, para intermediar ante autoridades o instituciones correspondientes. En ese sentido Samaniego (2017, pág. 21) sostiene que “la radio es tenida en cuenta como un instrumento esencial, refugio y compañía ciudadana”, mientras Díaz Bordenave (2012, pág. 8), expresa que “la comunicación para el desarrollo se realiza mejor cuando mira su tarea, en función de las necesidades, haciendo de ella un sistema de solución a los problemas”.

Un conductor plantea que realiza su labor con programas de carácter educativo, dando un abordaje en el que analiza las noticias propaladas desde los medios de comunicación y a partir de ahí desmenuzar cual es la intencionalidad de la noticia, a qué intereses responde y busca contrastar esto con lo que está pasando con la gente en su andar cotidiano. Otros conductores enfocan su programa desde las informaciones políticas más resaltantes, ya sea a nivel nacional y local, también la mayoría realizan sus programas dando información por medio de la lectura de los diarios capitalinos, entrevistas y algunas informaciones deportivas de interés general acompañando con música paraguaya, además de enfocar el programa hacia las necesidades y reclamos ciudadanos por medio de una agenda realizada por la producción, también hacen periodismo de investigación, utilizando fuentes anónimas en diversos temas de interés de la mayoría de los ciudadanos y canaliza gestiones de las inquietudes ciudadanas ante las autoridades y ayuda solidaria. En otro punto, al ser consultado a los comunicadores sí en qué forma facilitan la participación de los oyentes, expresaron que utilizan los medios digitales como Whatsapp, Facebook, página web, mensaje de texto y móviles en exteriores.

Sobre la participación de los ciudadanos en los medios de comunicación, se ha evidenciado en la opinión de los conductores que hay una baja apropiación del medio por parte de la comunidad, si bien hay quienes participan y casi con regularidad, muchas personas no toman acción ni interviene utilizando las radios como una herramienta que les permita ser oídos. De hecho, tres conductores entrevistados expresaron que hay poca participación, dos muy poca y tres señalaron que la participación es totalmente insuficiente, este resultado concuerda justamente en la consulta a los oyentes donde más del 87 % dijo que no acostumbra a intervenir al aire.

Los principales motivos que originan esto según los comunicadores son: “el miedo, temor de ser afectado en su lugar de trabajo, sufrir represalias en su andar cotidiano, exponerse a ser discriminado en la sociedad, de ser tildado de un amargado, problemático y contrera”, otros de los factores clave según los conductores fue la larga dictadura en nuestro país, donde nadie podía expresarse libremente, y el que lo hacía era considerado comunista, traidor de la patria o conspirador. También expresaron que la participación de los ciudadanos en muchos casos se da de forma anónima.

Al ser indagados los comunicadores si durante su experiencia como conductores de programas, han tenido presión de algún agente externo como de política partidaria u otro, cinco expresaron que sí han pasado por esas circunstancias, tres mencionaron que no en forma directa, pero de que siempre está latente. De igual manera los ocho coincidieron que en cierta manera los políticos buscan encontrar algún mecanismo para censurar a los comunicadores, principalmente cuando se tratan temas de su gestión, o por no estar de acuerdo con algunas decisiones tomadas en su trabajo como dirigente político o administrador de la cosa pública, respecto a este resultado Samaniego (2017, pág. 68) menciona que “los medios de comunicación y los periodistas se encuentran también en la mayoría de las veces presionados por fuerzas desconocidas como económicas o gubernamentales” por lo que se puede considerar que este problema no sólo afecta a los comunicadores locales.

Entre las prácticas de presión expresadas por los entrevistados se mencionaron que algunos políticos tratan de hacerlo en forma indirecta, intentan presionar a los auspiciantes para retirar su publicidad, otros recurren al dueño de la radio, utilizaron a los amigos o familiares de los periodistas para que estos realicen un trabajo de intermediación.

A pesar de estos inconvenientes, los ocho conductores expresaron no tener temor a las presiones políticas, dijeron que al trabajar en los medios de comunicación siempre están expuestos a la censura, señalan que lo más importante es actuar con responsabilidad, profesionalismo y coherencia para combatir la presión política.

CONSIDERACIONES FINALES

Este trabajo consistió en indagar las preferencias y valoración de los oyentes sobre la labor radiofónica en Pilar en el 2019. Los hallazgos de este estudio documentan la poca participación en forma directa (al aire) de los oyentes, también el miedo que se encuentra presente por lo que el público que participa, en general prefiere hacerlo en forma anónima. Los oyentes tienen una percepción de que existen agentes externos que intervienen en los medios para tratar de marcar la agenda informativa. Sienten por ello que serán tildados de una forma que podría afectar su manera de convivir en el ámbito social e incluso laboral. Aun así, se observa un alto número de quienes escuchan radio, entre los programas más preferidos son de estilo periodístico – informativo.

Por su parte los conductores entrevistados expresaron que los programas se orientan hacia las necesidades de la comunidad en general, y aunque reconocieron que haya presiones directas o indirectas se esfuerzan por mantener su profesionalismo y responsabilidad.

Dada esta situación se propone considerar lo importante de la comunicación para el desarrollo como modelo para facilitar el diálogo social. Se requiere que los medios articulen los intereses de la comunidad, reconciliando las diferencias, respetando la opinión de los demás y por sobre todo siempre buscando la integración participativa.

Entendiendo que la participación implica una forma de distribuir y socializar el poder (Cárdenas Travieso, 2016). Dicho de otra manera, si el medio le da voz a una persona, le está dando poder, y si no le da voz o no respeta la diferencia de opinión, les quita poder.

Desde el enfoque de desarrollo humano que defiende la comunicación para el desarrollo y el cambio social, resulta imprescindible impulsar el desarrollo de las capacidades de comunicar en las personas y grupos sociales, pues de esta manera se potencia una de las facultades más importantes del ser humano, la relacionabilidad o sociabilidad, indispensable para la autorrealización personal. Por ello, la figura del actual comunicador para el desarrollo y el cambio social se presenta muy compleja y llena de desafíos (Huarcaya, 2006, pág. 27).

Así también, en muchos casos, se puede decir, que la producción de mensajes queda en un plano secundario, cuando no se tiene capacidad de comprender al público destinatario, de conectar con sus necesidades y de vincularse a ellos, pero por sobre todo cuando se pierde de vista la necesidad de potenciar sus capacidades de participación y de hacer escuchar sus voces.

Finalmente, se considera oportuno alentar la realización de más investigaciones en esta línea, tomando como insumos los hallazgos de la presente. Instar a los medios de comunicación, así como a las instituciones educativas abordar acciones para mejorar la participación ciudadana en los medios, mediante estrategias diversificadas para reducir las barreras comunicacionales y garantizar el derecho de la libre expresión, así como la difusión del pensamiento y la opinión.

LISTA DE REFERENCIAS

- Ballesteros, J. (2013). *El futuro de la radio en América Latina: un nuevo renacimiento*. Madrid: Llorente y Cuenca.
- Beltrán, L. R. (2006). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. *Anagramas - Rumbos y sentidos de la comunicación*, 53 - 76.
- Cárdenas Travieso, O. (2016). Comunicación, participación ciudadana, su papel en el desarrollo local. *CEAP Universidad de la Habana*, 1-10.
- Carreño, A., Chirinos, A. M., Uviedo, C., Lomelli, F., Pierina Urdaneta, G., & Bustamante, J. (2007). Perfiles del comunicador para el desarrollo social. *Comunicación*, 42-46.
- De Lara González, A., & Olabe Sánchez, F. (2013). La comunicación para el desarrollo. Análisis de caso: Fundación Aclo, Educación a distancia por radio en Bolivia. *Razón y palabra*, 1 a 15.
- Díaz Bordenave, J. (2012). La comunicación y el nuevo mundo posible. *Razón y palabra*, 1 - 6.
- Díaz Bordinave, J. (2012). El desarrollo de un comunicador para el desarrollo. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 16 - 24.
- Díaz Jordán, A. M., & Morales Chacón, C. E. (2014). El papel del comunicador para el desarrollo y el cambio social. *ALAIIC* (págs. 1-38). Lima: PUCP.
- Ferreira Benitez, L. A. (2019). Aproximación a las condiciones laborales y de formación de los conductores de programas periodísticos de las radios de Pilar. *Brazilian Journal of Development*, 2983-2999.
- García Turrado, L. (2016). *La carrera por la búsqueda de las tendencias*. San Salvador: Universidad del Salvador.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Interamericana Editores.
- Huarcaya, G. (2006). El comunicador para el desarrollo y el cambio social. Apuntes para la construcción de un perfil. *Revista de Comunicación*, 20-39.
- Jima Solano, Y. E. (2014). *La programación radial de la emisora Semillas de Amor de la ciudad de Catamayo y su incidencia en la formación y desarrollo psicosocial*

- de los adolescentes período 2012-2013. Propuesta alternativa.* Loja, Ecuador: Universidad Nacional de Loja.
- Lecannelier, L. E. (2006). Del conflicto a la oportunidad: participación ciudadana en el desarrollo urbano. *Urbano*, 14-19.
- Llorente, & Cuenca. (31 de Diciembre de 2013). *El futuro de la radio en América Latina: un nuevo renacimiento.* Obtenido de www.icees.org.bo: <http://www.icees.org.bo/2013/12/el-futuro-de-la-radio-en-america-latina-un-nuevo-renacimiento/>
- Martínez Gómez, R., & Agudiez, P. (2012). Comunicación para el desarrollo humano: buscando la transformación social. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 79 - 106.
- Milan, S. (2006). Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo. *Investigación y desarrollo*, 268-290.
- Moreno, E. (2005). Las “radios” y los modelos de programación radiofónica. *Comunicación y Sociedad*, 61 - 112.
- Prieto, I., Duarte Rincón, E., & Ramos, M. (Abril de 2008). Experiencia educativa de la radio en América Latina. *Revista de Ciencias Sociales*, 63-72.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (22 de 05 de 2011). *Comunicación para el Desarrollo: Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas.* Obtenido de <http://www.unesco.org/>: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication_form_development_oslo_c4d_pda_es.pdf
- Rodrigo, M. J. (1994). *Contexto y desarrollo social.* Madrid: Bibliotex.
- Samaniego, F. C. (2017). *La labor radiofónica en el distrito de Capiatá. La teoría de la comunicación de Paul Watzlawick y el Desarrollo Humano.* Pilar, Paraguay: Universidad Nacional de Pilar.
- Sosa Velázquez, A., & Martínez Álvarez, F. (2017). La comunicación radial y la participación de los públicos en la sociedad cubana actual. *Quórum Académico*, 87- 114.