

**La radio como medio para abordar temas de prevención en problemas psicosociales
generados por el COVID-19 en la ciudad de Tunja**

William Duvan Cardona Bottia

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, CEAD Tunja

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades-ECSAH

Programa de Comunicación Social

Tunja

2021

**La radio como medio para abordar temas de prevención en problemas psicosociales
generados por el COVID-19 en la ciudad de Tunja**

William Duvan Cardona Bottia

Trabajo de investigación para optar al título de Comunicador Social

Director:

Mg. Fredy de Jesús Mojica González

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, CEAD Tunja

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades-ECSAH

Programa de Comunicación Social

Tunja

2021

Nota de aceptación

Firma del presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Tunja, 28 de septiembre de 2021

Dedicatoria

Este proyecto está dedicado a mi mamá Rosalba Bottía Murillo, quien se encargó de apoyarme en toda mi carrera profesional, a mi hermana María Elena Bothía Murillo, sus consejos de superación aportaron a la formación profesional de mi vida y a Diana Lorena Pardo Jaime, mi compañera de vida y quien estuvo siempre animándome a seguir adelante pese a las dificultades a lo largo de este proceso.

Agradecimientos

A Dios por permitirme formarme con un título universitario y conceder llegar a la culminación de mi formación profesional.

A mi mamá por sus consejos, acompañamiento y apoyo emocional y económico, pues su aporte en la construcción de mi formación moral fue indispensable para escalar un peldaño hacia el éxito.

A mi familia porque siempre estuvieron brindándome apoyo para la realización de este proyecto.

Al profesor Fredy de Jesús Mojica González, por sus aportes en la construcción del presente documento.

Resumen

La comunicación sin duda alguna ha jugado un papel muy importante para la transformación social de nuestras comunidades. Le apuesta a la visibilización de los problemas que la sociedad tiene, la difusión de la cultura, la etnia y a la transformación de nuevas formas de comunicación y construcción de imaginarios sociales y culturales, en donde el aporte de ideas por parte de cada miembro de una comunidad pueda ser oída, escuchada, debatida.

Este proyecto busca implementar un programa de radio en la emisora Radio Uno de RCN Radio, como estrategia comunicativa que aborde la prevención de problemas psicosociales generados por el distanciamiento social como prevención del COVID-19 en el barrio Libertador de la ciudad de Tunja. Para ello, se utilizó una metodología de trabajo basada en un estudio descriptivo que incluye la aplicación de una encuesta antes de la puesta en marcha del programa de radio para identificar el tipo de problemas psicosociales que tiene la comunidad y el consumo de radio, después de realizar los programas de radio, se aplicó otra encuesta para evaluar el impacto del programa.

Finalmente, los resultados al aplicar este programa de radio, demuestran que más de un 80% de la audiencia y habitantes del barrio Libertador, lograron tener un impacto positivo en su salud mental gracias al programa de radio.

Palabras clave: Comunicación, radio, Covid-19, problemas psicosociales, programa de radio.

Abstract

The Communication has undoubtedly played a very important role for the social transformation of our communities. It bets on the visibility of the problems that society has, the dissemination of culture, ethnicity and the transformation of new forms of communication and construction of social and cultural imaginaries, where the contribution of ideas by each member of a community it can be heard, heard, debated and if clear, applied.

This project seeks to implement a radio program on the Radio Uno radio station of RCN Radio, as a communication strategy that addresses the prevention of psychosocial problems generated by social distancing as prevention of COVID-19 in the Libertador neighborhood of the city of Tunja. To do this, a work methodology based on a descriptive study was used that includes the application of a survey before the launch of the radio program to identify the type of psychosocial problems that the community has and the consumption of radio, after to carry out the radio programs, another survey was applied to evaluate the impact of the program.

Finally, the results when applying this radio program show that more than 80% of the audience and inhabitants of the Libertador neighborhood managed to have a positive impact on their mental health thanks to the radio program.

Keywords: Communication, radio, Covid-19, psychosocial problems, radio show.

Tabla de Contenido

Introducción	14
Formulación del Problema.....	16
Situación Actual del Problema.....	16
Pregunta de Investigación.....	20
Justificación	21
Objetivos.....	24
Objetivo General.....	24
Objetivos Específicos.....	24
Marco Referencial.....	25
Marco Teórico y Conceptual	25
Metodología	32
Descripción de la Metodología.....	32
Universo.....	33
Tamaño de la muestra	33
Tamaño de la muestra.....	33
Fases de Desarrollo del Proyecto.....	34
Fase 1	34
Fase 2	34
Fase 3	34
Fase 4	35
Cronograma.....	36

Presupuesto	37
<i>Nota.</i> Presupuesto para realizar el proyecto. Elaboración propia (2021).	37
Desarrollo del Proyecto.....	38
Identificación de Problemas Psicosociales y Consumo de Radio.....	38
Análisis de Resultados	56
Diseño y Puesta en Marcha del Programa de Radio	57
Links de Escucha de Algunos Programas.....	67
Participación de Oyentes en Whatsapp.....	68
Evaluación del Impacto del Programa Radial.....	71
Análisis de Resultados	83
Conclusiones	84
Recomendaciones	85

Lista de Tablas

Tabla 1 Balance de seguridad barrio Libertador.....	16
Tabla 2 Barrios con mayor índice de riesgos psicosociales.....	17
Tabla 3 Cronograma	36
Tabla 4 Presupuesto	37
Tabla 5 Género de las personas que escuchan radio.....	38
Tabla 6 Porcentaje de consumo de radio por habitantes del barrio Libertador de Tunja	40
Tabla 7 Franja del día en la que escuchan la emisora favorita	42
Tabla 8 Formatos de radio preferido por los oyentes del barrio Libertador de Tunja	44
Tabla 9 Emisoras de mayor sintonía por los oyentes del barrio Libertador de Tunja	46
Tabla 10 Problemas psicosociales frecuentes en los habitantes del barrio Libertador de Tunja..	48
Tabla 11 Porcentaje de personas que tienen conocimiento de casos de violencia intrafamiliar en el barrio Libertador	50
Tabla 12 Personas que han recibido ayuda.....	52
Tabla 13 Demanda de un programa de radio para el tratamiento de violencia intrafamiliar y riesgos psicosociales	54
Tabla 14 Guion literario.....	58
Tabla 15 Guion técnico Audio Digital RCN Radio – Master Radio Uno Tunja 102.1 F.M. MHz	61
Tabla 16 Programación de temas.....	66
Tabla 17 Percepción de calidad del programa “Yo te Escucho, Yo te ayudo”.....	71
Tabla 18 Calidad de la información suministrada por el programa.....	73

Tabla 19 Datos de recepción de las líneas de atención de ayuda psicológica	75
Tabla 20 Porcentaje del uso de canales de ayuda por parte de los oyentes	77
Tabla 21 Resultados de la implementación del programa “Yo te Escucho, Yo te ayudo”	79
Tabla 22 Resultados efectividad del programa y de las líneas de atención	81

Lista de Figuras

Figura 1 Estudio continuo de audiencia radial 2020-2021 02.	19
Figura 2 Elementos sonoros.....	31
Figura 3 Género de las personas que escuchan radio barrio el Libertador	39
Figura 4 Consumo de radio barrio Libertador	41
Figura 5 Franja del día en la que se escucha la emisora favorita.....	43
Figura 6 Formato de radio preferido barrio Libertador	45
Figura 7 Emisoras más escuchadas por oyentes del barrio Libertador.....	47
Figura 8 Problemas psicosociales más frecuentes en los habitantes del barrio Libertadores	49
Figura 9 Conocimiento sobre casos de violencia intrafamiliar.....	51
Figura 10 Porcentaje de personas que han recibido ayuda	53
Figura 11 Porcentaje de demanda programa de radio para el tratamiento de violencia intrafamiliar y riesgos psicosociales	55
Figura 12 Toma de pantalla A	68
Figura 13 Toma de pantalla B.....	68
Figura 14 Toma de pantalla C.....	69
Figura 15 Toma de pantalla D	70
Figura 16 Calidad del programa “Yo te Escucho, Yo te ayudo”	72
Figura 17 Calidad de la información	74
Figura 18 Porcentaje de recepción de las líneas de atención de ayuda psicológica	76
Figura 19 Canales de atención y ayuda.....	78
Figura 20 Resultados de la implementación de los consejos dados en el programa.....	80

Figura 21 Aceptación del programa.....	82
--	----

Introducción

La declaración de pandemia por coronavirus desatada por su variante “*SARS-CoV-2*” (variante del coronavirus descubierto en Wuhan, China en diciembre de 2019), llevó a la humanidad a vivir una crisis económica, política y social de cambios, adaptaciones a una nueva realidad, donde la convivencia comunitaria, el contacto social y las labores cotidianas, se trasladaron a los medios virtuales como el teletrabajo.

Desde inicios del año 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) comenzó hacer seguimiento de esta enfermedad, declarada al inicio como una epidemia por neumonía, pasando posteriormente, a ser declarada pandemia por Covid-19. Esto conllevó, que tanto Asia como gran parte de Europa, y casi todo el continente americano, iniciaran a tomar medidas de protección ante el inminente colapso de la red hospitalaria debido al desconocimiento de cómo afrontar la enfermedad, sin una vacuna, cura o tratamiento de contención.

Algunas de esas restricciones fueron las cuarentenas o confinamientos obligatorios para todos los ciudadanos; dejando de lado el contacto social, cerrando cines, teatros, prohibiendo conciertos, o cualquier actividad que implicara contacto social y aglomeración de personas. Las empresas optaron por el trabajo en casa y así mismo, las personas debían buscar maneras de pasar el confinamiento sin afectar su salud mental y social con sus familiares en casa.

En Colombia y más concretamente en la ciudad de Tunja, después de declararse el primer caso confirmado de COVID-19, el 6 de marzo de 2020 en Bogotá, el gobierno local y departamental decretó cuarentenas estrictas en cada municipio de Boyacá, marcando un cambio drástico de la cotidianidad de los tunjanos en la forma de llevar las labores diarias de los tunjanos. El miedo, la zozobra, y la duda desatada por las cambiantes restricciones de la alcaldía, conllevando que su único medio de comunicación confiable fuese: La Radio.

Lo anterior, conlleva a trabajar mediante una estrategia comunicativa en medios radiofónicos, donde se aborde, trate y solucione el problema que se plantea anteriormente, tomando como referencia la población de estratos 1 y 2 del barrio Libertador de la ciudad de Tunja, dejando como resultado un cambio social para las comunidades con las cuales se trabaja, y así, generar el impacto social deseado para el bienestar de los ciudadanos. Los problemas de convivencia y los índices de violencia intrafamiliar, social y comunitaria pueden ser abordados mediante el impacto de la radio, como medio de información y comunicación masivo.

Este proyecto va encaminado a abordar por medio de la radio, a las personas afectadas psicosocialmente por los efectos de la pandemia por COVID-19, con el fin de prevenirlos y ayudar a las autoridades tanto sanitarias como de seguridad, a preservar la estabilidad social en medio de una crisis social, económica y política como la que afrontamos por la pandemia del nuevo coronavirus.

Así mismo, se espera que este proyecto aplicado sea replicado en diferentes estaciones de radio como modelo de ayuda psicosocial por medio de los instrumentos de comunicación como lo es la radio.

Formulación del Problema

Situación Actual del Problema

La pandemia por COVID-19 ha generado diversos dilemas, tanto económico, políticos y sociales. En la ciudad de Tunja, capital del departamento de Boyacá, con una población estimada de 210 000 habitantes para el año 2020, se han presentado problemas como el desempleo, que según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2019) fue del 31,5%, ha conllevado a elevar las cifras de violencia intrafamiliar, problemas psicológicos, emocionales y enfermedades asociadas al confinamiento decretado por el gobierno nacional, como la ansiedad, soledad y depresión.

En Tunja, según cifras entregadas por las autoridades desde el inicio del confinamiento en marzo hasta abril de 2020, se habían realizado 94 medidas de protección, 20 capturas y 11 acompañamientos, y a finales del mes de marzo de 2021, más de 185 casos de violencia intrafamiliar, maltrato infantil y casos de feminicidio (Policía Metropolitana de Tunja [METUN], 2021).

Tabla 1

Balance de seguridad barrio Libertador

Total casos (2020)	N° de capturas por V. intrafamiliar
1010	79

Nota. Balance de seguridad en Tunja, Boyacá. Datos tomados de METUN (2020).

En la tabla 2 se expone el reporte del Sistema de Vigilancia Epidemiológico (SIVIGILA, 2020) de casos atendidos en la ciudad de Tunja.

Tabla 2

Barrios con mayor índice de riesgos psicosociales

Barrio	N° de eventos mayo – octubre 2020
Libertador	10
Antonia Santos	10
Centro	7
Doña Eva	7
Altamira	7
Ciudad Jardín	7

Nota. Barrios con mayor índice de eventos asociados a los riesgos psicosociales. Datos tomados de SIVIGILA (2020).

Además, la Gobernación reveló que el aumento en el número de llamadas a la línea 106 de “Atención Amiga” de personas con alguna crisis social, mental o económica fue del 79.6% (Gobernación de Boyacá, 2021).

En Tunja, la alcaldía ha venido adelantando campañas de prevención del suicidio y dilemas familiares por medio de canales virtuales, volantes, y publicidad visual en diferentes

puntos de la ciudad, la cual, no ha sido efectiva, pues muchas personas en medio de su aislamiento optan por no salir o no recibir nada que provenga de las calles.

Según el Plan General de Comunicaciones de la Gobernación de Boyacá (2018) y el Plan de Desarrollo de Tunja con vigencia 2020 – 2023 (2020), la articulación e innovación de los medios de comunicación, son de suma importancia para generar el impacto de cambio a la sociedad, donde se puedan generar espacios de debate, concertación y divulgación de información veraz, oportuna y de ayuda social que pueda tener consecuencias positivas en la vida de los ciudadanos boyacenses, en este caso personas residentes de la ciudad de Tunja (pp. 81-169).

Con lo anterior, el estudio de comunicaciones proyectado por la Alcaldía de Tunja, indica que la radio ha contribuido de cierta manera, a la construcción social de la educación en cada ciudadano, joven o adulto, por su acceso fácil, gratuito y de libre uso, dando así, una opción 100% oportuna en la educación a través de los medios de comunicación.

Si bien es cierto, la ciudad de Tunja, Boyacá es una ciudad pequeña y aun así su contexto radiofónico se compone de 20 estaciones de radio, 15 de ellas en F.M. y 5 en frecuencia A.M. estas mismas, están divididas en emisoras de interés público, comunitaria y comercial.

Esta última categoría compuesta por las principales cadenas comerciales de radio como Caracol Radio y RCN Radio. De las 15 estaciones de radio que cubren Tunja y su área metropolitana, según el último informe del Estudio Continuo de Audiencia Radial (ECAR) por parte del Centro Nacional de Consultoría (CNC, 2021) en su ola número 2, y el Estudio General de Medios (EGM) por parte de la Asociación Colombiana de Investigación de Medios (ACIM, 2021) ubica a la emisora Radio Uno de RCN Radio como la emisora de mayor sintonía en Tunja según resultados de las olas 1 y 2 de años 2019, 2020 y 2021-2.

Figura 1

Estudio continuo de audiencia radial 2020-2021 02.

ECAR ESTUDIO CONTINUO DE AUDIENCIA RADIAL		RANKING TUNJA OLA 2-2020 - 2-2021				
CADENA	Pto	Día de ayer	Pto	Ult 30 días	Pto	Ult Semana
RADIO UNO	1	83,900	1	100,600	1	95,200
LA FMBOYACÁ DUITAMA	2	33,900	2	48,000	2	45,900
W RADIO	3	30,800	3	41,900	3	41,300
CARACOL RADIO	4	27,300	4	37,300	4	35,100
BLU RADIO	5	26,600	5	34,800	5	32,900
TROPICANA STÉREO	6	26,300	6	32,100	6	30,200
TOCA STEREO SOGAMOSO	7	19,200	7	23,500	7	23,500
RCN RADIO	8	17,500	8	21,300	8	21,300
SOL STEREO SOGAMOSO	10	14,000	9	18,400	9	17,700
POSITIVA STÉREO	9	14,100	10	17,800	10	17,100
POLICÍA NACIONAL	11	12,700	11	17,200	11	14,000
LA CARIÑOSA DUITAMA	12	7,000	13	8,600	12	8,600
RADIO NACIONAL DE COLOMBIA	14	5,600	12	11,000	13	8,400
UPTC TUNJA	13	6,300	14	8,400	14	8,000
BOYACÁ STÉREO	15	4,500	15	6,500	15	6,000
W RADIO DUITAMA	16	4,300	16	6,200	16	5,600
RCN RADIO SOGAMOSO	20	2,300	17	4,800	17	4,800
COLBOY STÉREO	17	3,900	18	4,700	18	4,700
LA SONORA 1066 FMTUNJA	18	3,800	19	4,200	19	4,200
DORADO STÉREO	19	3,100	20	3,900	20	3,600
LA MEGA BOGOTÁ	21	2,200	21	3,800	21	3,200
JUAN CASTELLANOS	24	1,400	22	3,100	22	3,100
VIBRA BOGOTÁ	22	2,100	24	2,900	23	2,900
EMISORA DEL EJERCITO	25	1,300	25	2,300	24	2,300
CANDELA STÉREO BOGOTÁ	27	0,900	23	3,000	25	2,200
RADIO MILAGRO	23	1,500	26	1,800	26	1,800
ANTENA 2 SOGAMOSO	30	0,800	27	1,500	27	1,500
AMOR 1340 AM BOGOTÁ	33	0,200	28	1,300	28	1,300
MANANTIAL STÉREO	34	0,000	29	1,000	29	1,000
RADIO RELOJ	26	1,000	29	1,000	30	1,000

Nota. Emisora con mayor número de oyentes diarios y mensuales. Reporte ECAR 2020-2021.

Tomado del Centro Nacional de Consultoría (CNC, 2021).

Radio Uno, emisora la cual he seleccionado para el desarrollo de este proyecto, al tener la mayor sintonía de la ciudad, durante muchos años se ha caracterizado por ser una emisora de ayuda y cambio social, pues sus contenidos al aire y la calidad humana de sus disc jockeys, ha generado un impacto de gran ayuda para solucionar problemas de movilidad, sociales y ha sido un espacio de debate en torno a asuntos políticos, económicos y de alto impacto para la población en la ciudad.

Ahora, con la crisis sanitaria por cuenta de la COVID-19, se ha convertido en el medio de comunicación de elección por la población y las autoridades para la emisión de las novedades relacionadas al manejo de la pandemia, recepción de quejas, sugerencias, reclamos, inconformidades por parte de las comunidades.

La mayoría de los medios de comunicación tanto en Tunja como en gran parte del país solo han abordado el tema noticioso sobre la pandemia, pero dejando de lado los efectos psicosociales por cuenta del aislamiento, restricciones y la poca interacción social producto de la pandemia. De hecho, en Tunja, algunas emisoras solo han optado por ofrecer espacios de divulgación noticiosa sobre lo que sucede en la capital de los boyacenses, en relación con la evolución de la pandemia, sin abordar los problemas psicosociales producto del confinamiento y distanciamiento social en donde el oyente pueda expresar sus ideas, problemas, quejas y/o sugerencias en búsqueda de un bien para la comunidad.

Las emisoras solo han procedido a poner en marcha formatos de noticias generales y divulgación de comunicados de prensa, pero no han desarrollado programas radiales que aborden los problemas sociales presentados en la ciudad.

Pregunta de Investigación

Con lo anteriormente mencionado, surge la siguiente pregunta:

¿Cómo se pueden abordar por medio de un programa de radio en la emisora Radio Uno, los problemas psicosociales generados por la pandemia de COVID-19 en la ciudad de Tunja, tomando como muestra el barrio Libertador?

Justificación

El proyecto va encaminado a crear un programa radial, que aborde los problemas psicosociales generados por la pandemia de COVID-19 en la ciudad de Tunja; la aplicación del mismo, traerá beneficios en pro de mejorar la convivencia comunitaria en la ciudad, más exactamente a las familias que sufren violencia intrafamiliar, maltrato infantil o toda forma de daño físico y psicológico. Además, fortalecerá el compromiso ético-social que nosotros como periodistas y también como medios de comunicación debemos ejercer.

El proyecto se basa en los reportes y en las encuestas sobre el consumo de radio que ha realizado el Centro Nacional de Consultoría (CNC 2020) donde señaló que la audiencia de la radio en tiempos de COVID-19 ha tenido importantes cambios, al comparar el mismo periodo de 2019. La cantidad de oyentes que sintonizaron la radio en la última semana, creció frente a la misma medida del año pasado; durante el periodo analizado (mayo 2020 – diciembre 2020), el 83 % de los colombianos escuchó la radio al menos una vez en la semana.

Esto representa un 5 % en crecimiento de oyentes frente a las cifras de la misma semana del año inmediatamente anterior. Además, las cifras demuestran que más de 20 millones de colombianos entre los 12 y 69 años prendieron sus equipos AM/FM, utilizaron sus computadores o activaron en sus dispositivos móviles para oír la radio. Así las cosas, la radio mantiene su importancia en el día a día de la vida de los colombianos al reflejar que en 2019 en el periodo medido se tuvo una audiencia de 72.4 % y este año un 73 %.

La labor de investigar, informar, analizar y brindar las soluciones tomando como punto de partida las opiniones de la comunidad, donde seamos los actores activos en búsqueda de una positiva transformación social, mejora notablemente el uso de los medios informativos como un

espacio de debate constructivo y de reflexión frente a diferentes escenarios que se puedan prestar en la resolución de conflictos cotidianos.

El proyecto busca tener un impacto positivo en la sociedad, pues genera un aporte de ayuda al tener espacios de escucha activa al oyente, donde se pueda tener un contacto más profundo, personalizado y masivo con los problemas que aquejen a la persona y a la comunidad en general. La ciudadanía es la protagonista en el espacio radial que se ofrece. El programa radial puede generar un aporte de cambio positivo, pues, tanto expertos en áreas de la salud, como la misma comunidad interactúan al instante, en busca de ayuda mutua en diversos problemas presentados a causa de la pandemia por COVID-19.

Del proyecto podemos aprender a sobrellevar distintas situaciones derivadas de problemas personales, familiares, gracias a la presencia de expertos en el tema, quienes serán invitados para brindar atención y ayuda en estos casos cotidianos que afrontan las familias de Tunja y también beneficiar a la comunidad en cómo se puede resolver un conflicto social de cualquier magnitud, pues la presencia de los expertos, harán que el oyente tenga más confianza y conocimiento de la ruta a seguir en un posible conflicto entre comunidades y/o vecinos.

También este proyecto genera un gran beneficio para el programa de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, puesto que ayudará a tener más participación de los estudiantes y futuros profesionales de la institución al integrarse con los medios de comunicación fuertes en la región para exponer ideas de participación ciudadana, y aporte en la construcción de una mejor sociedad. Proyectos como este, que vinculan de manera directa a la universidad, fortalecen la visibilidad e imagen de la calidad educativa que ofrece el programa profesional mencionado anteriormente.

Este proyecto aplicado, también genera un impacto positivo en el ámbito personal y profesional, pues nosotros al ser comunicadores sociales, estamos en el deber y derecho de ofrecer ayuda a aquellas personas que pasan una difícil situación por causa de la pandemia, sea por motivos económicos, donde podamos ser un canal de ayuda desde nuestra responsabilidad social como empresa de comunicaciones y brindar recursos de solución mediante diversas posturas que plantean los expertos invitados a los diferentes programas radiales.

El ejercicio del periodismo profesional no puede ser diferenciado de la libertad de expresión, por el contrario, ambas cosas están evidentemente imbricadas, pues el periodista profesional no es, ni puede ser, otra cosa que una persona que ha decidido ejercer la libertad de expresión de modo continuo, estable y remunerado (García, Gonza y Ramos, 2018, p. 35).

Finalmente, el proyecto también hace un aporte muy grande a la cadena radial, en este caso RCN Radio y Radio Uno, puesto que fortalece su misión, visión y responsabilidad que se tiene con la sociedad colombiana y tunjana, ofrecer una radio distinta. Una radio informativa, musical, de compromiso de ayuda y transformación en la sociedad, en búsqueda de enriquecer y fortalecer la paz entre personas de una misma comunidad, la cual necesita un medio de comunicación que satisfaga sus necesidades y problemas sociales.

Objetivos

Objetivo General

Implementar un programa radial en la emisora Radio Uno, como estrategia comunicativa que aborde la prevención de problemas psicosociales generados por el distanciamiento social como prevención del COVID-19 en el barrio Libertador de la ciudad de Tunja.

Objetivos Específicos

Identificar en la población seleccionada, los problemas psicosociales generados por el distanciamiento físico como prevención del COVID-19 y los temas, horario y formato radiofónico para utilizar en esta estrategia comunicativa.

Analizar los resultados de la investigación y determinar tanto los temas, horario y formato radiofónico para realizar esta estrategia.

Diseñar y poner en marcha el programa radial que aborde la prevención de problemas psicosociales generados por el COVID-19.

Evaluar el impacto en cuanto a prevención e información sobre los problemas psicosociales generados por el distanciamiento físico como prevención del COVID-19, de los primeros tres programas radiales en la población seleccionada.

Marco Referencial

Marco Teórico y Conceptual

La comunicación para el cambio social, juega un papel muy importante en la ejecución de este proyecto, puesto que aborda elementos como la cultura y sus diversas maneras de generar diálogos públicos para la resolución de conflictos, logra ofrecernos diversas alternativas para subsanar o prevenir un dilema presentado.

Gumucio Dagron (2011) describe la comunicación para el cambio social como una comunicación de identidad y de afirmación de valores; que amplifica las voces ocultas o negadas, y tiene como fin potenciar la presencia de estas en la esfera pública. Lo consigue a través de un proceso de diálogo público y privado a partir del cual las personas y las comunidades definen quiénes son, de qué disponen, cuáles son sus necesidades y cómo conseguir satisfacerlas para mejorar sus propias vidas.

Para lograr una comunicación efectiva y transformadora, que genere impacto y atención por parte del o los receptores, es importante aplicar las cuatro claves de la comunicación y cambio social dadas por Thomas & van de Fliert (2015), los cuales mencionan que “las claves de la comunicación para el cambio social son el diálogo, el apoyo (*advocacy*), la participación y el propósito” (p. 30).

Para hablar sobre los problemas que la pandemia ha generado en la sociedad y cómo la radio ha subsanado de cierta forma estos dilemas, podemos tomar como referente las investigaciones realizadas por Criollo (2020), donde afirma que:

La radio y los comunicadores que en ella participan conocerán los problemas a profundidad, pero orientarán sus esfuerzos también en la búsqueda de soluciones y alternativas que seguro

posibilitarán construcciones colectivas, participación comunitaria y de expertos, generando en las audiencias otro tipo de mentalidad, que no se enfrasca en los problemas sino en vislumbrar caminos para salir adelante. Un trabajo periodístico con este enfoque será testigo no solo del inicio de las obras, sino también de su realización y concreción. Evitará, o por los menos mitigará, que en los municipios del país sigan apareciendo elefantes blancos. Así la comunicación trasciende a la información y se pueden promover verdaderos cambios e innovaciones sociales (Criollo, 2020, p. 32).

Ahora bien, necesitamos un instrumento comunicativo que reúna estas claves dadas anteriormente y que se ajuste a este proyecto que es la radio, pues este al ser un medio de comunicación masivo, eficaz, dinámico y de fácil acceso para cualquier persona logra generar un alcance e impacto que se busca lograr en este proyecto aplicado.

La radio a lo largo de la historia ha contribuido en la transformación y cambio social, por ejemplo, en Latinoamérica y en Colombia. Podemos empezar tomando como ejemplo la mención que hacen Antequera y Obregón (2002) sobre el contexto de la radio en México:

En el contexto mexicano se presenta tres niveles de participación por parte de los consumidores radiales. Primero, el nivel micro o el nivel individual y de pequeños grupos, tales como la utilización de la radio como una forma de comunicación entre grupos o entre individuos. Segundo, el nivel macro o de grandes grupos, con ejemplos como la utilización de la radio como un foro para la reproducción de las formas culturales de un grupo o investigación y desarrollo de la comunidad. Finalmente, el nivel de convergencia micro-macro, en el que se encuentran algunas relaciones como el caso de grupos mayoritarios y minoritarios (Antequera y Obregón, 2002, p. 149).

En este mismo marco latinoamericano, resalta mucho la dinámica de la radio en Bolivia en los años 40, 50 y 60, cuando trabajadores indígenas empleados en la extracción de minerales, resueltos a comunicarse mejor entre sí y a dejarse oír por sus compatriotas en español y en quechua, establecieron por sí solos, con las cuotas de sus bajos salarios y sin experiencia en producción radiofónica, pequeñas y rudimentarias emisoras de radio de corto alcance.

Las emplearon de forma gratuita y libre, con la estrategia de “micrófono abierto” al servicio de todos los ciudadanos. Si bien daban énfasis a información y comentarios sobre sus luchas contra la explotación y la opresión, hacían sus programas no solo en los socavones, ingenios mineros o sedes sindicales, sino también en escuelas, iglesias, mercados, canchas deportivas y plazas, así como visitando hogares. Así llegaron pronto a operar como “radios del pueblo”. Para finales de la década de 1950 habían logrado formar una red nacional con cerca de treinta y tres emisoras portadoras de la “vox populi”, algunas de las cuales serían años posteriores, objeto de violenta represión por parte del gobierno.

En un contexto más local, Colombia aún continúa siendo una de las principales pioneras en el consumo masivo de radio. A pesar de la desaparición de la denominada Acción Cultural Popular (ACPO) y recientemente de la desaparición del bachillerato por radio, no cabe duda que este medio de comunicación ha desempeñado un papel muy importante en los procesos de transformación social de nuestra nación.

Ahora bien, la pandemia por el nuevo coronavirus ha hecho que radio y sus contenidos comiencen a abordar este tema de salud pública, donde la radio ha tenido varios cambios en cuanto a su contenido, generando un gran impacto en la prevención de las enfermedades psicosociales causadas por la pandemia.

Para Ballesteros (2020) la radio al ser un medio formador y transformados de los ciudadanos en general, tiene el objetivo en medio de esta crisis social, de generar espacios de debate, de opinión, escucha y buscar soluciones para prevenir algunos dilemas que se puedan presentar en las comunidades.

Por su parte, Criollo (2020) menciona que tanto la radio como los comunicadores que interactúan a diario en ella, deben conocer a profundidad los problemas de las comunidades y generar soluciones y/o alternativas con participación ciudadana en búsqueda de un bien para todos los miembros de la sociedad. Lo anterior nos lleva a abordar los formatos radiales, lenguajes sonoros y diseños de un buen programa de radio que logre impactar y tratar estos problemas psicosociales mencionados líneas más arriba.

Es necesario reconocer que cualquier programa de radio tiene un potencial educativo, por lo que

resulta preciso establecer una diferencia para calificar aquellos con un valor ilustrativo pero que no son educativos, denominados instructivos, y los que pertenecen — propiamente dicho— a la radiodifusión educativa porque tienen como objetivo inicial proporcionar educación, previo plan preestablecido (Chávez, 2012, p. 118).

Pero establecer cuál es el mejor formato radial para un programa, a veces suele ser un problema muy grande a la hora de establecer una ayuda comunicativa; para ello Crusellas (2017) define varios estilos de radio: musical, periodístico (radio hablada) y dramático, pero una vez abordamos cada uno, podemos encontrarnos con varios subgéneros.

Si nos fijamos en el *target* de la emisora, existen programas de radio infantiles, femeninos, para personas de la tercera edad, para un público más urbano, juvenil, mixto, para gente de zonas rurales, entre otros.

Por ejemplo, la radio hablada es un estilo que en las últimas décadas ha sido uno de los más importantes en la radio colombiana. Al respecto, Sánchez (2020), afirma que “la charla radiofónica ha cobrado mayor relevancia, y hoy existen nuevos espacios creados por las emisoras para dialogar, interactuar, informar y educar al oyente en todo lo concerniente a una palabra que todos pronunciamos a diario: coronavirus” (p. 6).

La radio musical es una de las alternativas más elegidas por los oyentes (ECAR-2, 2020), de hecho, la música que se está sintonizando influye demasiado en las sensaciones de los oyentes, es por esa razón que la radio interviene de manera positiva los radioescuchas; la autoestima de las personas puede depender de muchos factores, uno de ellos es la música que escuchamos, y el estado de ánimo del disc jockey o locutor.

Si reunimos a la radio hablada con la radio musical, podremos obtener una radio mixta, variada y enfocada en diversos gustos de cada persona, desde aquellos que son amantes de tertulias, noticias, hasta aquellos que gustan de música, pero también de información, la cual es importante en este género o estilo radial, tener un diseño o estructura listo para que los contenidos sean de calidad y ajustados a los públicos objetivos.

Es importante que, a la hora de realizar un programa de radio, se tenga en cuenta un diseño básico de cualquier programa radial, pues de este insumo, dependerá la calidad de los contenidos emitidos al aire y del impacto que queremos generar al momento de que el oyente sintonice no escuche nuestro programa o *podcast*. De hecho, Rodríguez (2017) afirma que es importante tener en cuenta los siguientes tips o reglas fundamentales para diseñar cualquier programa de radio:

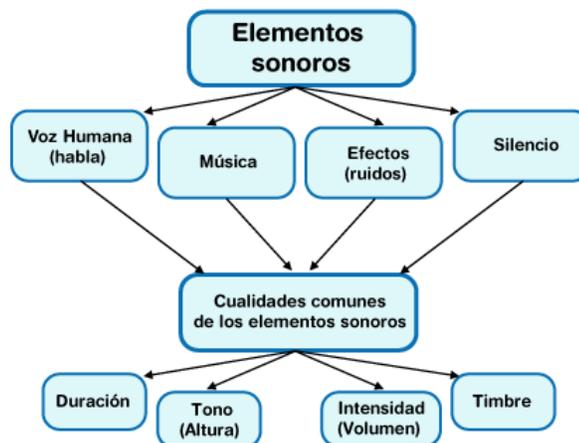
- Tener claro el mensaje que vamos a transmitir y compartir con los oyentes.

- Definir nuestro *target* o tipo de audiencia y horario en el que vamos a emitir nuestro programa de radio.
- Establecer el formato del programa: Este puede ser cómico, informativo, de opinión, tertulia, Morning Show.
- Tener en cuenta el talento humano: Equipo de pre-producción, producción en vivo, invitados, etc.

Finalmente, el lenguaje sonoro será uno de los componentes indispensables para tener una buena comunicación entre oyentes, entrevistados y entrevistador.

Comprender que la transmisión de información para ser percibida por un solo sentido, el auditivo, se hace más efectivo cuando lo que se transmiten son mensajes estéticos lleva implícito una concepción de la comunicación que no admite escisiones entre sentido y forma. Pero además rinde cuenta de un planteamiento integral en la producción de mensajes sonoros (Sanguinetti de Brasesco, 2001, p. 2).

El lenguaje sonoro está determinado por varios elementos como se demuestran en la siguiente figura:

Figura 2***Elementos sonoros***

Nota: Mapa mental sobre los elementos sonoros. Tomado de Sanguineti de Brasesco. (2001).

Metodología

Descripción de la Metodología

Para el desarrollo e implementación de este proyecto aplicado, se realizará un estudio descriptivo, donde se aplican técnicas de recolección mixta (cuantitativa y cualitativa). Este tipo de estudio nos permite describir las dimensiones del caso a tratar y su impacto al aplicar la propuesta de solución que se expone en la justificación del mismo.

El estudio descriptivo, según Sabino (1992) “trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos” (p. 43).

Este método también se basa en los argumentos presentados por Collins, Onwuegbuzie y Sutton (2006), pues este método ofrece: “Enriquecimiento en los resultados de la muestra, mayor fidelidad del instrumento usado, integridad del tratamiento o intervención (pues asegura su confiabilidad) y ayuda a la optimización de significados y resultados” (p. 91). Y así mismo, Johnson et al. (2006), citados por Samperi, Fernández y Baptista (2010), visualizan en un “sentido amplio a la investigación mixta como un continuo en donde se mezclan los enfoques cuantitativo y cualitativo, centrándose más en uno de estos, o dándoles el mismo peso” (p. 546).

Esta investigación descriptiva además de ofrecernos un modelo, fácil y de rápido análisis, nos ofrece un conjunto de observaciones que se realizan en torno a un determinado tema, y que conllevan a la puntualización de rasgos referentes al fenómeno en observación.

La investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos a estudiar. El enfoque se

hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente (Tamayo, 2002. p.35).

De esta manera podemos apreciar como el autor mencionado anteriormente resalta la característica más importante de este método de estudio e investigación, y resalta una de las herramientas más importantes, pues alude a la selección de grupos, lo cual es común cuando el estudio se lleva a cabo en áreas de las ciencias sociales, donde el fenómeno, se evalúa en su propio contexto.

Con lo anterior, se realiza el diseño y aplicación de un cuestionario con 9 preguntas cerradas para identificar los problemas psicosociales en la comunidad seleccionada, consumo de radio (independiente de la encuesta ECAR y EGM), tanto como para la evaluación del programa para saber si cumplió con el objetivo. El diseño de la investigación fue transversal.

El público al que está dirigido este proyecto es a adultos entre los 18 y 40 años de edad del barrio Libertador de la ciudad de Tunja, pues este barrio es uno de los más golpeados por los problemas psicosociales, producto del COVID-19 de acuerdo a los reportes de las autoridades locales.

Universo

Son acerca 700 habitantes entre los 18 y 40 años del barrio libertador, de acuerdo con el censo 2018 (Dane, 2018).

Tamaño de la muestra

Para calcular este valor utilizaremos la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

Tamaño de la muestra

$$t_m = \frac{NZ^2pq}{cN-1+Z^2pq}$$

Donde:

N: Tamaño de la población finita.

Z: Nivel de confianza (95%, según los lineamientos para poblaciones finitas, se debe escalar a 1,96).

p: Probabilidad de que ocurra el evento (50%).

q: Probabilidad de que no ocurra el evento (50%).

c: Margen de error, que para este caso es de 9,2%.

Es decir:

$$t_m = \frac{700(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,092)^2(700-1)+(1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$t_m = 98$$

Fases de Desarrollo del Proyecto

Fase 1

Identificar (mediante una encuesta) en la población seleccionada, los problemas psicosociales generados por el distanciamiento físico como prevención del COVID-19 y los temas, horario y formato radiofónico para utilizar en esta estrategia comunicativa.

Fase 2

Analizar los resultados de la investigación y determinar tanto los temas, horario y formato radiofónico para realizar esta estrategia.

Fase 3

Diseñar y poner en marcha el programa radial en la emisora Radio Uno, que aborde la prevención de problemas psicosociales generados por el COVID-19.

Fase 4

Evaluar (mediante una encuesta, entrevistas abiertas u opiniones) el impacto en cuanto a prevención e información sobre los problemas psicosociales generados por el distanciamiento físico como prevención del COVID-19, de los primeros tres programas radiales en la población seleccionada.

Cronograma

Tabla 3

Cronograma

Actividad	Mes											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Identificación mediante encuesta los problemas psicosociales.	X											
Analizar los resultados de la encuesta preliminar.	X											
Diseño del formato del programa.		X										
Presentación del diseño del formato del programa.	X											
Lista de invitados y profesionales al programa.		X	X	X	X							
Autorización de directivos y gerentes de RCN Radio para emisión del programa.		X										
Emisión de programas.		X	X	X	X							
Verificación y evaluación de resultados.								X				

Nota. Cronograma de actividades a desarrollar. Elaboración propia (2021).

Presupuesto

Considerando el cronograma de actividades se establece el presupuesto con el fin de dar cumplimiento a los objetivos propuestos, así:

Tabla 4

Presupuesto

Recurso	Descripción	Presupuesto
Equipo humano.	Profesional en Psicología. Agente de la Policía (Preferiblemente de la METUN). Secretarios de Protección Social y de salud (Tanto local como departamental).	0
Equipos y software.	Consola de radio, micrófono, audífonos, software de edición de audio, conexión a internet, software de grabación de audio.	100.000
Viajes y salidas de Campo.	Visita al barrio seleccionado para trabajo.	15.000
Materiales y suministros.	Formatos de emisión de programas radiales suministrados por la dirección del programa, reuniones periódicas con los directivos de la emisora para retroalimentación de opiniones de cada programa. Artículos periodísticos, reportes, y fuentes de información.	10.000
		Total: 125.000

Nota. Presupuesto para realizar el proyecto. Elaboración propia (2021).

Desarrollo del Proyecto

Identificación de Problemas Psicosociales y Consumo de Radio

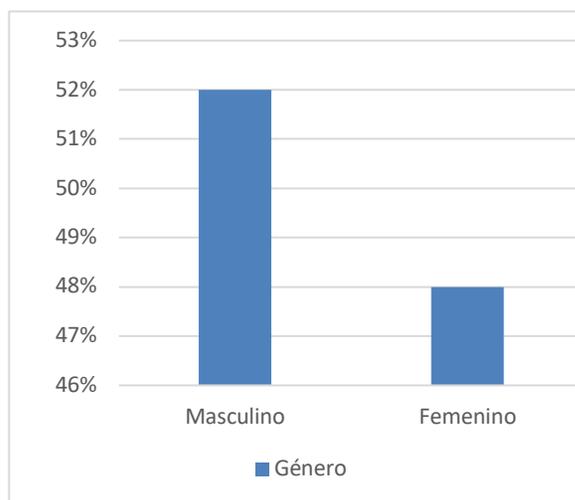
Inicialmente, se realizó la aplicación de la primera encuesta para determinar los problemas psicológicos más frecuentes en los habitantes del barrio “El Libertador” de la ciudad de Tunja. La encuesta consta de 9 preguntas de selección única y múltiple respuesta. Con una muestra de 100 personas encuestadas, estos fueron los resultados:

Tabla 5

Género de las personas que escuchan radio

		Porcentaje
Género de la persona que respondió la encuesta	Masculino	52%
	Femenino	48%
Total		100,0%

Nota. La figura muestra el género de personas que oyen radio. Elaboración propia (2021).

Figura 3**Género de las personas que escuchan radio barrio el Libertador**

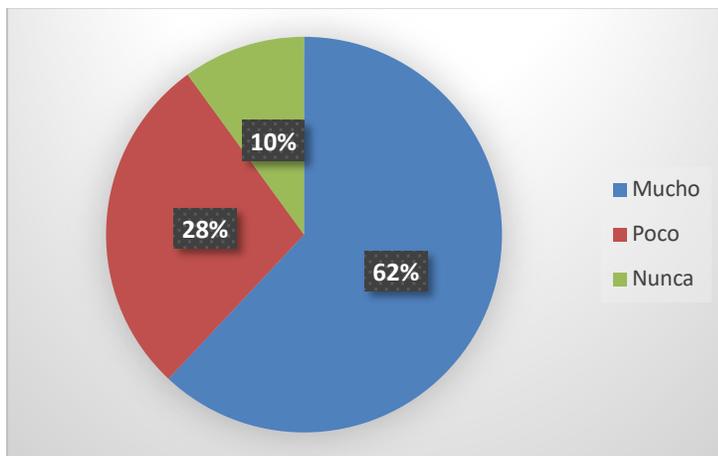
Nota. La gráfica muestra el género de las personas que escuchan radio en el barrio Libertador de Tunja. Elaboración propia (2021).

El 52% de los encuestados son del género masculino, los cuales mostraron su interés por responder a esta encuesta, mientras que el 48% afirmaron que son del género femenino, una diferencia muy pequeña a comparación con el número de hombres.

Tabla 6**Porcentaje de consumo de radio por habitantes del barrio Libertador de Tunja**

		Porcentaje
Porcentaje de consumo de radio	Mucho	62%
	Poco	28%
	Nunca	10%
Total		100,0%

Nota. Consumo de radio por los habitantes del barrio Libertador. Elaboración propia (2021).

Figura 4**Consumo de radio barrio Libertador**

Nota. La gráfica señala los porcentajes de consumo de radio en el barrio Libertador de Tunja.

Elaboración propia (2021).

Es de resaltar que la mayoría de las personas aún tiene a la radio como su medio de comunicación preferido, pues pueden informarse, entretenerse mientras realizan sus labores diarias.

Con un 62% los habitantes del barrio el Libertador de Tunja escuchan radio siempre, el 28% afirmó que es muy pocas la veces que escucha radio, y con un 10% las personas de este barrio de Tunja dicen que nunca escuchan radio.

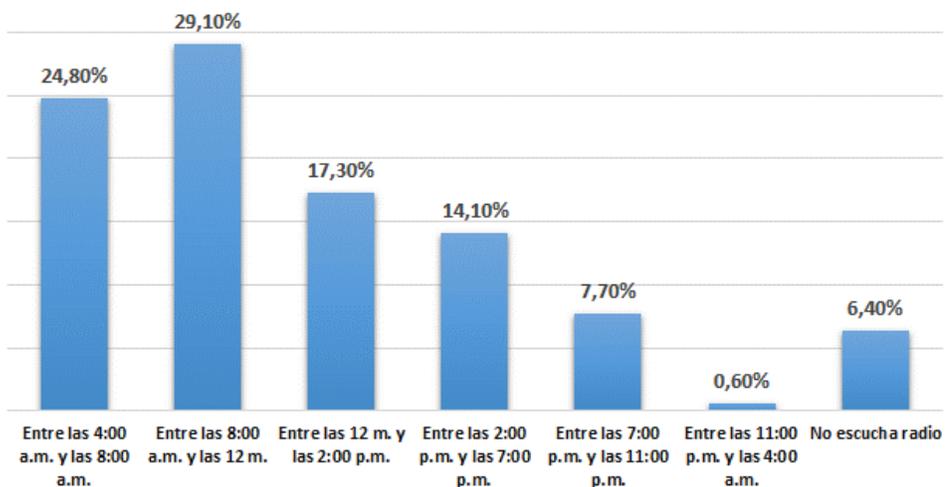
Tabla 7**Franja del día en la que escuchan la emisora favorita**

		Porcentaje
Franja en la que se escucha la emisora favorita	Entre las 4:00 a.m. y las 8:00 a.m.	24,8%
	Entre las 8:00 a.m. y las 12 m.	29,1%
	Entre las 12 m. y las 2:00 p.m.	17,3%
	Entre las 2:00 p.m. y las 7:00 p.m.	14,1%
	Entre las 7:00 p.m. y las 11:00 p.m.	7,7%
	Entre las 11:00 p.m. y las 4:00 a.m.	0,6%
	No escucha radio	6,4%
Total		100,0%

Nota. Franjas de sintonía. Elaboración propia (2021).

Figura 5

Franja del día en la que se escucha la emisora favorita



Nota. Franjas de sintonía. Elaboración propia (2021).

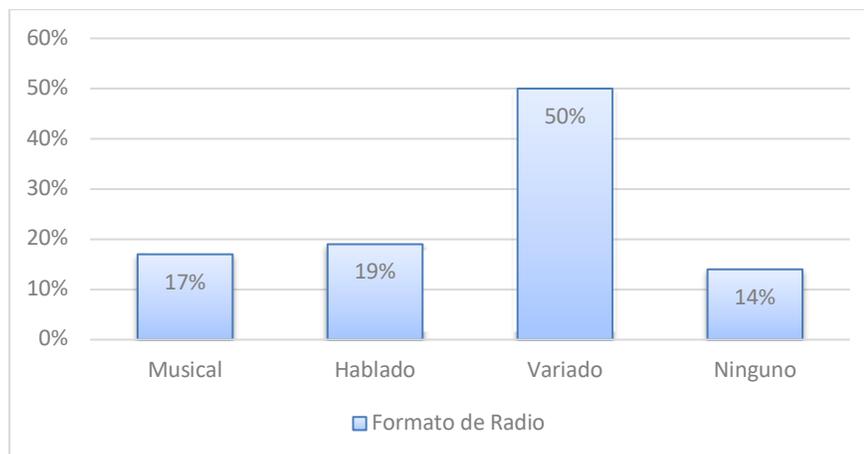
La franja de mayor sintonía de emisoras en la ciudad de Tunja está en horas de la mañana, de 8:00 a.m. a 12:00 m con el 29,1% donde emiten programas musicales y de variedades y de 4:00 a.m. a 8:00 a.m. con el 24,8%, donde varias emisoras emiten noticieros y programas musicales variados y los oyentes escuchan radio mientras adelantan actividades del hogar antes de irse a trabajar o llevar los hijos a estudiar.

También es de resaltar el horario de 12:00 m a 2:00 p.m. con una sintonía del 17,3% donde algunas emisoras emitir noticias y música. En horas de la tarde de 2:00 p.m. a 7:00 p.m. la sintonía es del 14,1%, en la noche de 7:00 p.m. a 11:00 p.m. con el 7,7% y tan solo el 0,6% de 11:00 p.m. a 4:00 a.m.

Tabla 8**Formatos de radio preferido por los oyentes del barrio Libertador de Tunja**

		Porcentaje
Formato de Radio	Musical	17%
más escuchado	Hablado (noticias)	19%
	Variado	50%
	Ninguno	14%
Total		100,0%

Nota. Formatos de radio. Elaboración propia (2021).

Figura 6**Formato de radio preferido barrio Libertador**

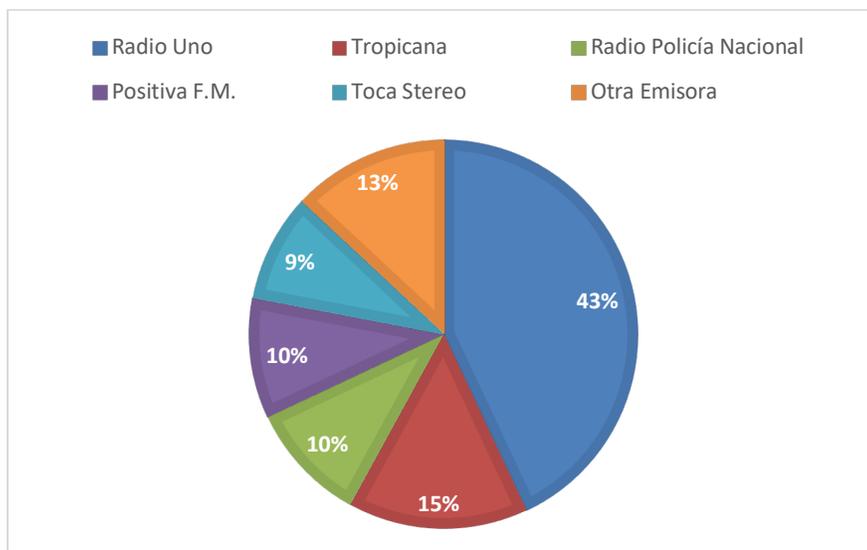
Nota. Formatos de radio. Elaboración propia (2021).

El formato variado es el más preferido por los habitantes del barrio Libertador, pues éste combina la música, noticias y entretenimiento, haciendo que su parrilla de programación guste a la mayoría de las personas que buscan, informarse pero al mismo tiempo escuchar música.

Tabla 9**Emisoras de mayor sintonía por los oyentes del barrio Libertador de Tunja**

		Porcentaje
Emisoras con más sintonía.	Radio Uno	43%
	Tropicana	15%
	Radio Policía Nacional	10%
	Positiva F.M.	10%
	Toca Stereo	9%
	Otra Emisora	13%
Total		100,0%

Nota. Emisoras de mayor sintonía en el barrio Libertador. Elaboración propia (2021).

Figura 7**Emisoras más escuchadas por oyentes del barrio Libertador**

Nota. El gráfico señala la emisora con más audiencia en el barrio Libertador. Elaboración propia (2021).

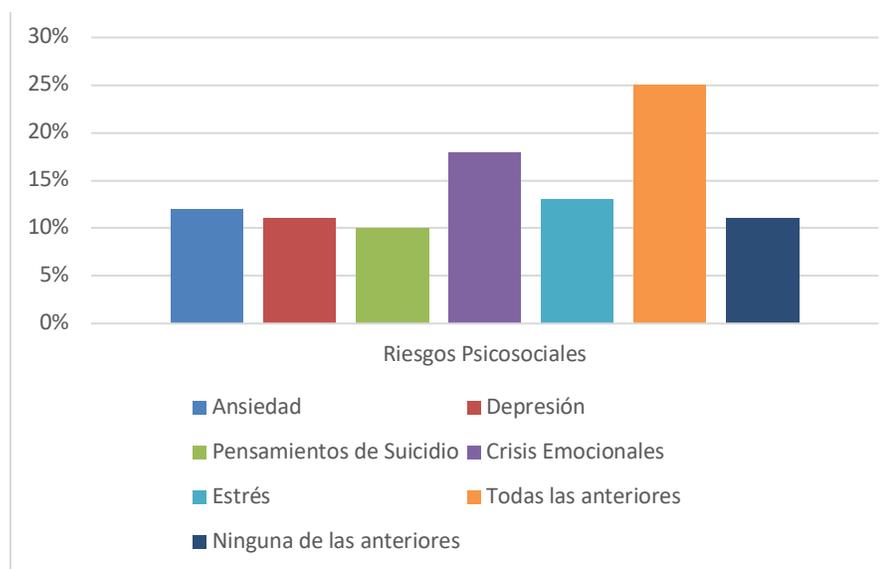
El gráfico evidencia que la emisora con mayor sintonía por los habitantes del barrio Libertador de la ciudad de Tunja. Con un 48% de los encuestados, la emisora Radio Uno es la de mayor escucha por parte de las personas de este barrio de la ciudad, seguida de Tropicana con el 15% de audiencia. Tanto Positiva F.M. como Radio Policía Nacional tiene el 10% cada una, Toca Stereo con el 9% de sintonía y finalmente con un 13% las personas de este barrio de Tunja mencionan que escuchan otras emisoras.

Es claro que la emisora que se lleva el primer lugar en sintonía del barrio es Radio Uno, emisora que se ha elegido para el desarrollo del proyecto.

Tabla 10**Problemas psicosociales frecuentes en los habitantes del barrio Libertador de Tunja**

		Porcentaje
Problemas	Ansiedad	12%
Psicosociales.	Depresión	11%
	Pensamientos de Suicidio	10%
	Crisis Emocionales	18%
	Estrés	13%
	Todas las anteriores	25%
	Ninguna de las anteriores	11%
	Total	

Nota. Problemas psicosociales. Elaboración propia (2021).

Figura 8**Problemas psicosociales más frecuentes en los habitantes del barrio Libertadores**

Nota. El gráfico señala los problemas psicosociales más frecuentes en los habitantes del barrio Libertador. Elaboración propia (2021).

La gráfica señala que factores como la ansiedad obtuvieron un 12% de impacto según las respuestas de los encuestados, la depresión un 11%, las crisis emocionales un 18%, el estrés obtuvo un 13%. Con un 25%, la mayoría de los encuestados dicen que han presentado todos los factores psicosociales y con un 11% los residentes de este barrio no han presentado ningún riesgo psicosocial.

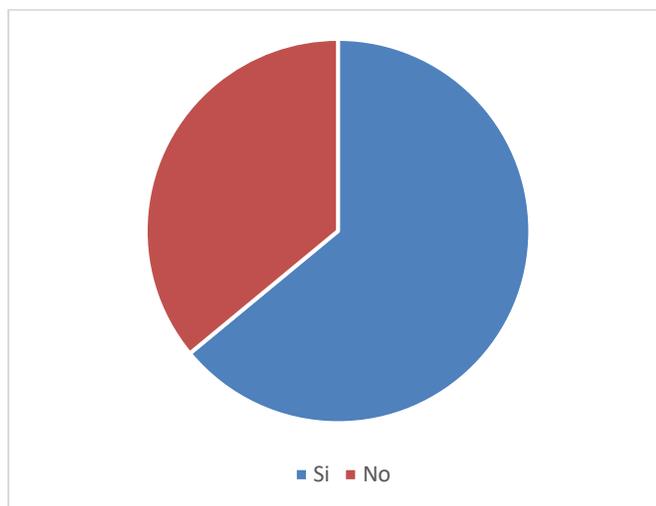
La gráfica logra demostrar que la ansiedad, depresión, estrés, las crisis emocionales y los pensamientos de suicidio son los factores psicosociales que más impacto ha generado la pandemia en este barrio.

Tabla 11

Porcentaje de personas que tienen conocimiento de casos de violencia intrafamiliar en el barrio Libertador

		Porcentaje
Conocimiento sobre casos	Si	64%
de violencia intrafamiliar.	No	36%
Total		100,0%

Nota. Porcentaje de personas que tienen conocimiento de casos de violencia intrafamiliar en su comunidad. Elaboración propia (2021).

Figura 9**Conocimiento sobre casos de violencia intrafamiliar**

Nota. Porcentaje de personas que tienen conocimiento de casos de violencia intrafamiliar en su comunidad. Elaboración propia (2021).

Con un 64% del total de encuestados, los habitantes de dicho barrio conocen sobre casos de violencia intrafamiliar en su cuadra, comunidad y/o barrio y con un 36% los residentes desconocen sobre casos de violencia intrafamiliar en su sector.

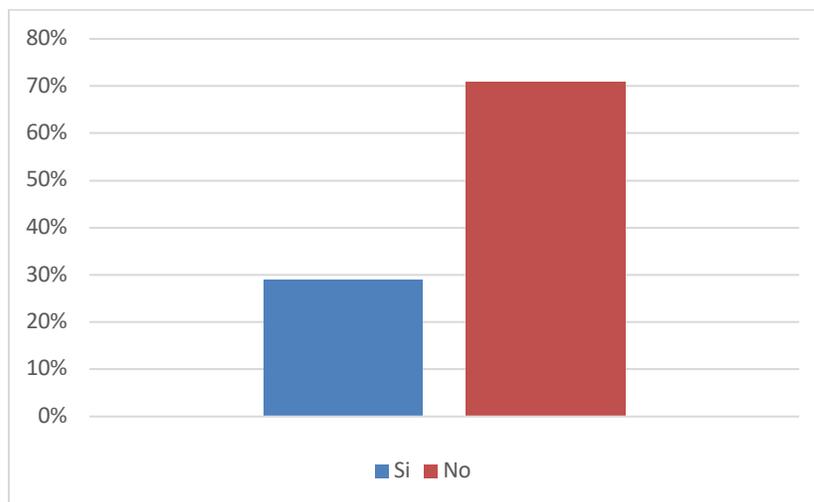
Es claro que un índice muy alto ha respondido sobre este factor incidente en temas de orden público y convivencia lo cual lleva a buscar una solución para disminuir este factor social.

Tabla 12***Personas que han recibido ayuda***

		Porcentaje
Ayuda o conocimiento	Si	29%
sobre canales de atención	No	71%%
Total		100,0%

Nota. Datos sobre le número de personas que han recibido ayuda por las líneas de atención.

Elaboración propia (2021).

Figura 10**Porcentaje de personas que han recibido ayuda**

Nota. Datos sobre le número de personas que han recibido ayuda por las líneas de atención.

Elaboración propia (2021).

El 71% de las respuestas a esta pregunta han dicho que desconocen sobre las líneas de atención y canales de ayuda para riesgos psicosociales dispuestos por la alcaldía, mientras que una minoría con el 29% afirman conocer o haber recibido ayuda por medio de las líneas de atención y canales de ayuda para riesgos psicosociales.

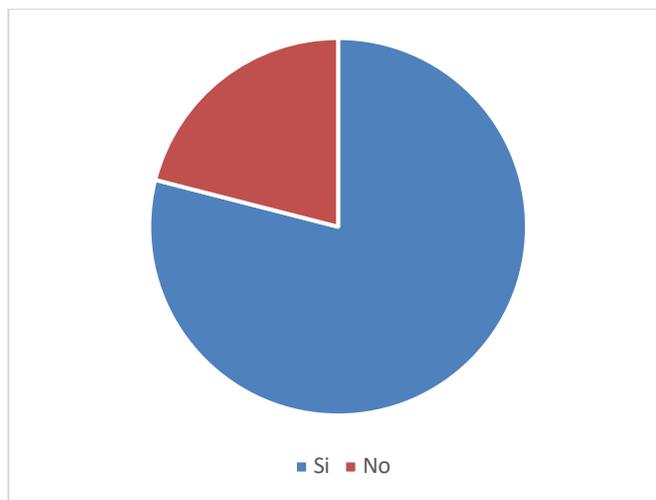
El gráfico evidencia que las campañas de publicidad que ha realizado la alcaldía de Tunja no han tenido un impacto fuerte sobre esta comunidad, pues muchos desconocen que existen estas ayudas.

Tabla 13

Demanda de un programa de radio para el tratamiento de violencia intrafamiliar y riesgos psicosociales

		Porcentaje
Porcentaje de personas que sugieren	Si	79%
implementar un programa de radio sobre	No	21%%
violencia intrafamiliar y factores psicosociales		
Total		100,0%

Nota. Porcentaje de demanda de personas que exigen crear un programa de radio. Elaboración propia (2021).

Figura 11**Porcentaje de demanda programa de radio para el tratamiento de violencia intrafamiliar y riesgos psicosociales**

Nota. Porcentaje de demanda de personas que exigen crear un programa de radio.

Elaboración propia (2021).

El 71% de las personas que respondieron a esta pregunta señalan que es indispensable poner en funcionamiento un programa de radio para tratar los dilemas descritos en este proyecto, mientras que una minoría del 21% señalan que no es indispensable poner en marcha dicho programa.

Este gráfico evidencia la importancia de implementar este proyecto y este programa de radio para la comunidad del barrio Libertador.

Análisis de Resultados

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas, la mayoría de las personas en el barrio Libertador concuerdan que hace falta un programa de radio que pueda ayudarles a controlar, mitigar, subsanar u obtener información sobre los riesgos psicosociales que están presentando por tanto por causa de la pandemia, como por otros factores externos.

Además, se logra evidenciar que, en muchos casos, las personas conocen sobre casos de violencia intrafamiliar, pero muchas veces no cuentan con las líneas ni rutas de atención para denunciar este tipo de casos, o bien, porque no tienen conocimiento, o no reciben la ayuda esperada por parte de los operadores de estos canales de atención. Por otro lado, el consumo de radio en este barrio es muy fuerte, pues la mayoría de encuestados demostraron el haber escuchado al menos una vez al día una emisora de radio, que en su mayoría también concordó que Radio Uno es la emisora favorita para acompañar sus labores cotidianas.

Con lo anterior, se evidencia aún más la importancia de tener un espacio en los medios de comunicación como la radio, para poder generar un cambio social como se desea. Un cambio que debe contar con la opinión o puntos de vista tanto de periodistas, locutores y profesionales, como de la misma comunidad quienes son los que viven en carne propia los dilemas que se exponen.

Encuestas como el ECAR o el EGM, tiene un valor muy importante a la hora de determinar, las emisoras que mayor atención e impacto tienen en una comunidad determinada, en este caso, la ciudad de Tunja, pues en esta misma se observa que tanto las encuestas anteriormente mencionadas, como la que se realizó de manera individual, Radio Uno es la emisora de mayor impacto y acogida en la ciudad.

Diseño y Puesta en Marcha del Programa de Radio

Como insumo de trabajo, basado en la comunicación para el cambio social por medio de la radio, se trabajará en la producción y emisión de programas radiales con una duración máxima de 60 minutos, y acorde a los lineamientos descritos por López (2017) sobre la composición de programas de radio:

El éxito de un programa de radio, hoy en día y más que nunca, es la preparación del material que usted vaya a utilizar. Hoy, cuando la gente comparte su tiempo de entretenimiento entre la infinidad de medios que tienen a su alcance, no es posible que usted llegue sin saber lo que va a pasar en el programa. Es claro que, si al oyente no le gusta lo que está oyendo, tiene muchas otras opciones para entretenerse. Por eso, cada elemento, cada sección, cada canción, cada comentario, cada segmento de humor, los breaks comerciales, la música que va a sonar, todo debe estar ajustado (López, 2017, p. 2).

Por otro lado, dependiendo de la programación y lineamientos entregados por la dirección de la emisora, se emitirán en vivo los programas en horarios especiales para la interacción e impacto esperado de los contenidos previamente preparados en el ShowPrep.

Para la emisión de los programas de radio en la emisora Radio Uno Tunja, se diseñaron tanto los guiones técnicos como los guiones literarios. Los mismo fueron desarrollados con base a los lineamientos entregados por el curso de Producción de medios – Radio y por las pautas dadas por la directora de la emisora para la puesta al aire de los programas. Los lineamientos entregados por RCN Radio se dieron de manera virtual en reunión con gerente de la ciudad y dirección de la emisora.

Tabla 14

Guion literario

T.	Participante	Contenido
40s	William Duvan Cardona Bottia	Presentación del programa “Yo te escucho, yo te ayudo” e información general de mismo. (Importante mencionar siempre la emisora donde se emite el programa).
40s	William Duvan Cardona Bottia	Después de que suene el separador de “Protagonistas RCN Radio” debe presentar al invitado del programa, describir su formación profesional y el por qué se encuentra como invitado al programa. El invitado hará una presentación personal breve
40 s	Invitado	saludando a la audiencia de Radio Uno Tunja.
2 a 3 min	William Duvan Cardona Bottia e Invitado	Tanto el conductor del programa como el invitado inician a entablar un diálogo muy orgánico abordando el tema del día.
2 a 4 min	Canción	Suena canción de la programación musical entregada por la directora de la emisora.
4 a 5 min	William Duvan Cardona Bottia e Invitado	Se retoma el diálogo sobre el tema que se está tratando y se invita a los oyentes a enviar sus opiniones, sugerencias, etc, por medio de notas escritas o de voz para emitir las al aire y para que el invitado pueda responder a los interrogantes que generen lo oyentes.

T.	Participante	Contenido
2 a 4 min	Canción	Suena canción de la programación musical entregada por la directora de la emisora.
10 min	Break Comercial	Emisión del espacio comercial (cuñas) de la emisora.
2 a 4 min	Canción	Suena canción de la programación musical entregada por la directora de la emisora.
3 a 4 min	William Duvan Cardona Bottia e Invitado	Se remota el diálogo que se lleva sobre el tema y en caso de tener una historia de ayuda por parte de algún oyente, se debe orientar por medio del profesional para la resolución de su dilema. Se debe continuar solicitándole a los oyentes el envío de sus notas de voz al WhatsApp o llamadas en la línea fija.
2 min	William Duvan Cardona Bottia e Invitado	Despedida del programa. Se agradece al invitado, su participación y ayuda, y así mismo, el invitado deberá entregar los canales de ayuda o contacto como ítem final para los oyentes. Duvan despide el programa y agradece la escucha de los oyentes.
2 a 4 min	Canción	Suena canción de la programación musical entregada por la directora de la emisora.
10 m	Break Comercial	Emisión del espacio comercial (cuñas) de la emisora.

Nota. Guion Literario para programa de radio. Elaboración propia (2021).

En caso de que el programa finalice antes de lo planeado, dirección ha aprobado que los demás disc jockeys de la emisora, hagan sección de noticias para compensar el tiempo restante para completar la hora.

Este guion está sujeto a compromisos comerciales de la emisora y demás contenidos que ordene la dirección de la emisora.

Tabla 15

Guion técnico Audio Digital RCN Radio – Master Radio Uno Tunja 102.1 F.M. MHz

Fase	Hora y/o paso	Banco musical	Carpeta	Archivo / operación	Canal consola	Estudio	Duración (min/seg)	Micrófono No.
Apertura	Paso 1 9:00 a. m.	Jingles	Las Mañanas De Uno	Sep Mañanas R1, suena completo el audio.	Tarjeta 1, canal 5ª.	Separador para cerrar bloque de cuñas – musical y dar paso al inicio del programa “Yo te escucho, yo te ayudo”	0:12	-
	Paso 2	Jingles	Las Mañanas De Uno	Cortina Genérica Radio Uno, con fade in/fade out.	Tarjeta 2, canal 6ª.	Cortina musical para dar apertura y presentación del programa.	0:40	1
	Paso 3	Jingles	Las Noticias de Uno	Sep Protagonistas RCN	Tarjeta 1, canal 5ª.	Separador para presentar el invitado del programa.	0:06	
	Paso 4	Jingles	Las Mañanas De Uno	Cortina invitados, con fade in/fade out	Tarjeta 2, canal 6ª.	Cortina musical para ambientar el diálogo entre el invitado y el disc jockey.	De 3 a 4 minutos	1 y 4
Desarrollo	Paso 5, 9:05 a. m.	Programación	Música General	Canción de la programación musical	Canción de la programación musical	Canción de la programación musical	De 3 a 5 minutos	-

Fase	Hora y/o paso	Banco musical	Carpeta	Archivo / operación	Canal consola	Estudio	Duración (min/seg)	Micrófono No.
	Paso 6	Jingles	Las Mañanas De Uno	Sep Tunja Mañanas Uno, suena audio completo.	Tarjeta 1, canal 5ª.	Separador para dar entrada al DJ y su invitado.	0:12	-
	Paso 7	Jingles	Las Mañanas De Uno	Cortina invitados, con fade in/fade out	Tarjeta 2, canal 6ª.	Cortina musical para ambientar el diálogo entre el invitado y el disc jockey.	De 3 a 4 minutos.	1 y 4
	Paso 8	Jingles	Interdiscos	Sep Uno-WhatsApp, suena audio completo.	Tarjeta 1, canal 5ª.	Separador con audio del número de teléfono del WhatsApp de Radio Uno.	0:04	-
Desarrollo	Paso 9	Jingles	Las Mañanas De Uno	Cortina Aparatico Radio Uno con fade in/fade out.	Tarjeta 1, canal 7ª.	Disc Jockey dispara notas de voz de los oyentes.	1:30	-
	Paso 10	Jingles	Interdiscos	Sep Radio Uno Tunja Genérico	Tarjeta 1, canal 5ª.	Separador para cerrar bloque de notas de voz y dar paso a bloque musical.	0:08	-
	Paso 11	Programación	Música General	Canción de la programación musical.	Canción de la programación musical	Canción de la programación musical	De 3 a 5 minutos.	-

Fase	Hora	Banco musical	Carpeta	Archivo / operación	Canal consola	Estudio	Duración (min/seg)	Micrófono No.
Desarrollo	Paso 12, 09:15	Pauta Primer Bloque 09:00 a.m.	Break Comercial			Primer bloque de cuñas.	Máximo 10 min.	-
	Paso 13, 09:25/ 09:30	Jingles	Las Mañanas De Uno	Sep Tunja Mañanas Uno, suena audio completo.	Tarjeta 1, canal 5ª.	Suena separador para cerrar break comercial.	0:12	-
	Paso 14	Programación	Música General	Canción de la programación musical.	Tarjeta 1, canal 5ª.	Canción de la programación musical	De 3 a 5 minutos.	-
	Paso 15, 09:30 /Max 09:35	Jingles	Las Mañanas De Uno	Sep Protagonistas RCN	Tarjeta 1, canal 5ª.	Separador para dividir bloque musical y dar paso al DJ con invitado.	De 3 a 4 minutos.	1 y 4
	Paso 16	Jingles	Interdiscos	Sep Uno- WhatsApp o UnoLínea, suena audio completo.	Tarjeta 1, canal 5ª.	Separador con audio del número de teléfono del WhatsApp de Radio Uno o de número fijo de la emisora.	0:06	-

Fase	Hora y/o paso	Banco musical	Carpeta	Archivo / operación	Canal consola	Estudio	Duración (min/seg)	Micrófono No.
Desarrollo	Paso 17	Jingles	Las Mañanas De Uno	Cortina Aparatico Radio Uno con fade in/fade out.	Tarjeta 2, canal 6ª.	Activar híbrido y línea de WhatsApp para enviar “al aire” llamadas y notas de voz de los oyentes y activar micrófonos de invitado y DJ.	2:00	1 y 4
Cierre	Paso 18	Jingles	Las Mañanas De Uno	Sep Mañanas R1, suena completo el audio.	Tarjeta 1, canal 5ª.	Separador para cierre de sección de notas de voz.	0:15	-
	Paso 19	Jingles	Las Mañanas De Uno	Cortina Genérica Radio Uno, con fade in/fade out.	Tarjeta 2, canal 6ª.	Despedida del programa.	1:30	-
	Paso 20	Programación	Música General	Canción de la programación musical.	Tarjeta 1, canal 5ª.	Canción de la programación musical	3 a 5 minutos	-
Break	Paso 21	Pauta Segundo Bloque 09:00 a.m.	Break Comercia 1	Primer bloque de cuñas.	Máximo 10 min.	-		

Nota. Guion Técnico para programa de radio. Elaboración propia (2021).

En caso de que el programa finalice antes de lo planeado, dirección ha aprobado que el demás disc jockeys de la emisora, hagan sección de noticias para compensar el tiempo restante para completar la hora.

Este guion está sujeto a compromisos comerciales de la emisora y demás contenidos que ordene la dirección de la emisora.

Tabla 16***Programación de temas***

Tema	Día (2020/2021)	Invitado
Ansiedad	6 de Julio	Sandra Paola Córdoba
Depresión	24 de Julio	Sandra Paola Córdoba
Violencia Intrafamiliar	03 De agosto	Capitán Yudy Milena Salas
Crisis Emocionales	28 De agosto	Sandra Paola Córdoba
Estrés	11 de septiembre	Sandra Paola Córdoba
Pensamientos de Suicidio	28 de septiembre	Sandra Paola Córdoba
Violencia Intrafamiliar	03 de octubre	Capitán Yudy Milena Salas
Ansiedad	26 de octubre	Sandra Paola Córdoba
Maltrato Infantil	7 de noviembre	Capitán Yudy Milena Salas
Depresión	30 de noviembre	Sandra Paola Córdoba
Estrés	5 de diciembre	Sandra Paola Córdoba
Pensamientos de Suicidio	12 de diciembre	Sandra Paola Córdoba
Violencia Intrafamiliar	18 de enero	Capitán Yudy Milena Salas
Crisis Emocionales	30 de enero	Sandra Paola Córdoba
Ansiedad	4 de febrero	Sandra Paola Córdoba
Estrés	27 de febrero	Sandra Paola Córdoba
Maltrato Infantil	1 de marzo	Sandra Paola Córdoba
Depresión	8 de marzo	Sandra Paola Córdoba

Nota. Programación de emisión de programas de radio. Elaboración propia (2021).

Evidencias de la Emisión de los Programas Radiales

Links de Escucha de Algunos Programas

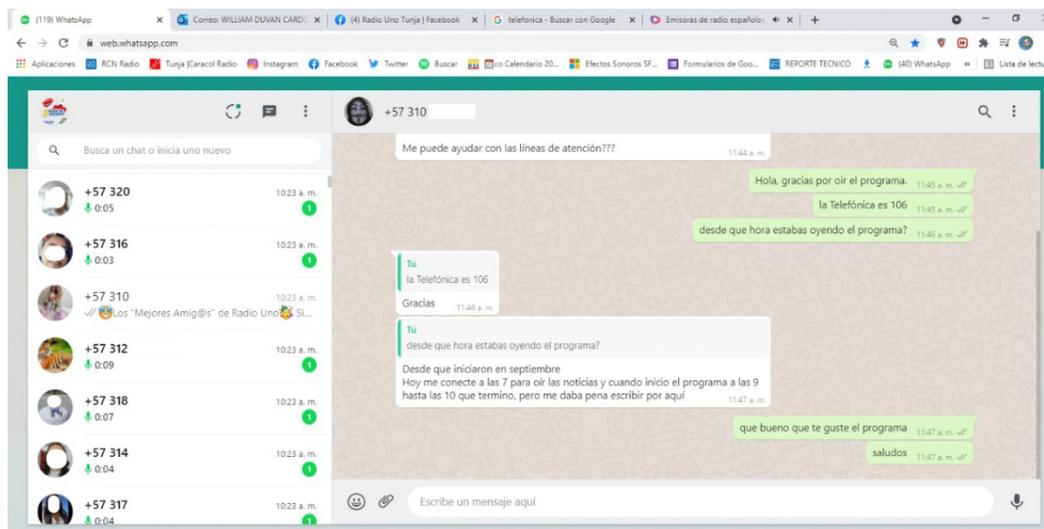
<https://www.mixcloud.com/yoteayudoradio/>

Conjuntamente se presenta el informe de cumplimiento de transmisión del programa “Yo te escucho, yo te ayudo” (ver anexo C).

Participación de Oyentes en Whatsapp

Figura 12

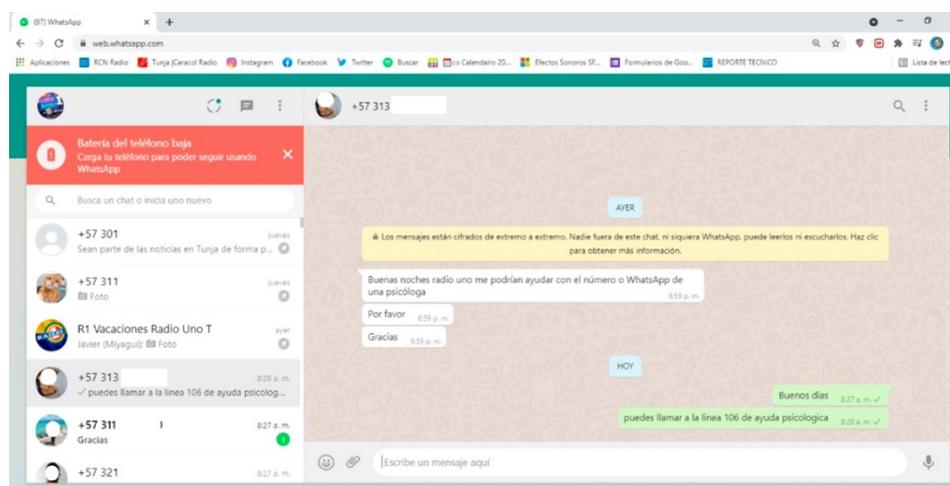
Toma de pantalla A



Nota. Participación oyentes en Whatsapp de la emisora Radio Uno. Elaboración propia (2021).

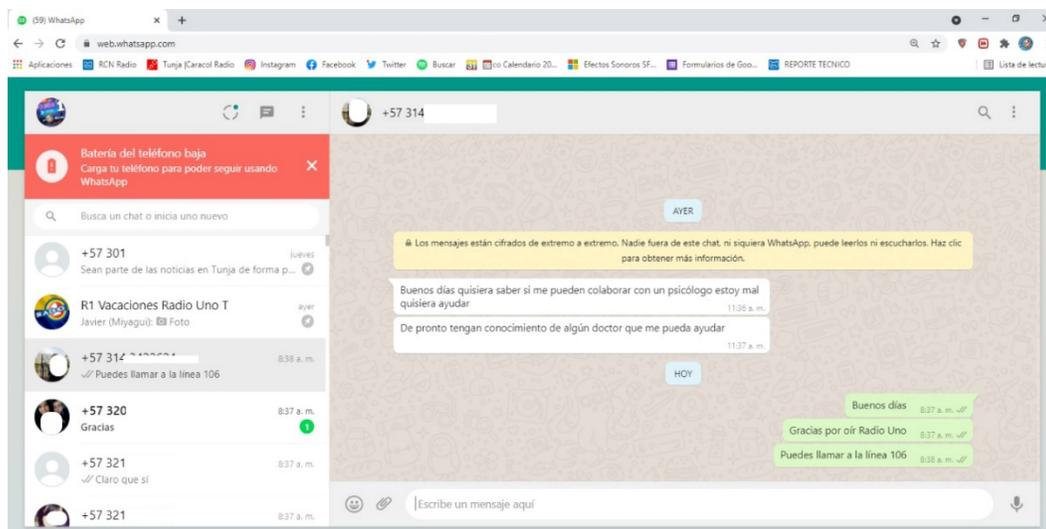
Figura 13

Toma de pantalla B



Nota. Participación oyentes en Whastapp. Elaboración propia (2021).

Figura 14

Toma de pantalla C

Nota. Mensajes de oyentes en WhatsApp. Elaboración propia (2021).

Figura 15*Toma de pantalla D*

Nota. Participación de profesional de la salud en el programa. Elaboración propia (2021).

Evaluación del Impacto del Programa Radial

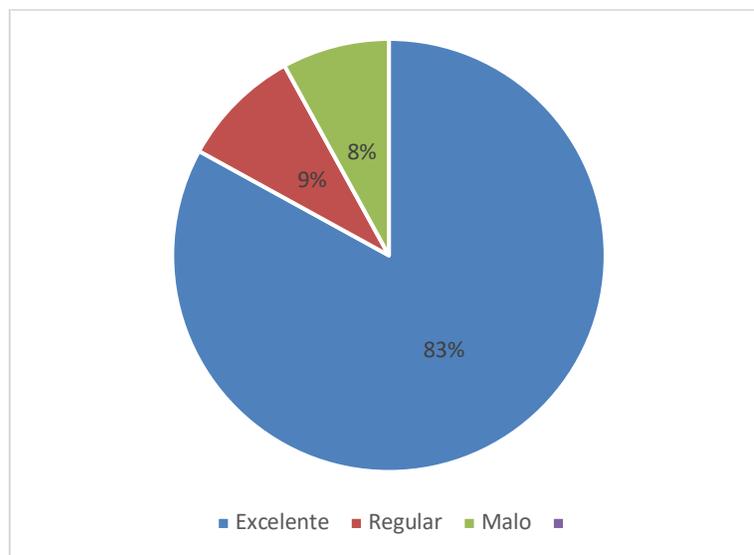
Para determinar la calidad de los insumos “al aire” se aplicó una encuesta con una muestra de 100 personas del barrio Libertador de la ciudad de Tunja. Estos fueron los resultados:

Tabla 17

Percepción de calidad del programa “Yo te Escucho, Yo te ayudo”

		Porcentaje
Calidad del programa.	Excelente	83%
	Regular	9%
	Malo	8%
Total		100,0%

Nota. Percepción de calidad del programa de radio. Elaboración propia (2021).

Figura 16**Calidad del programa “Yo te Escucho, Yo te ayudo”**

Nota. Calidad del programa de radio. Elaboración propia (2021).

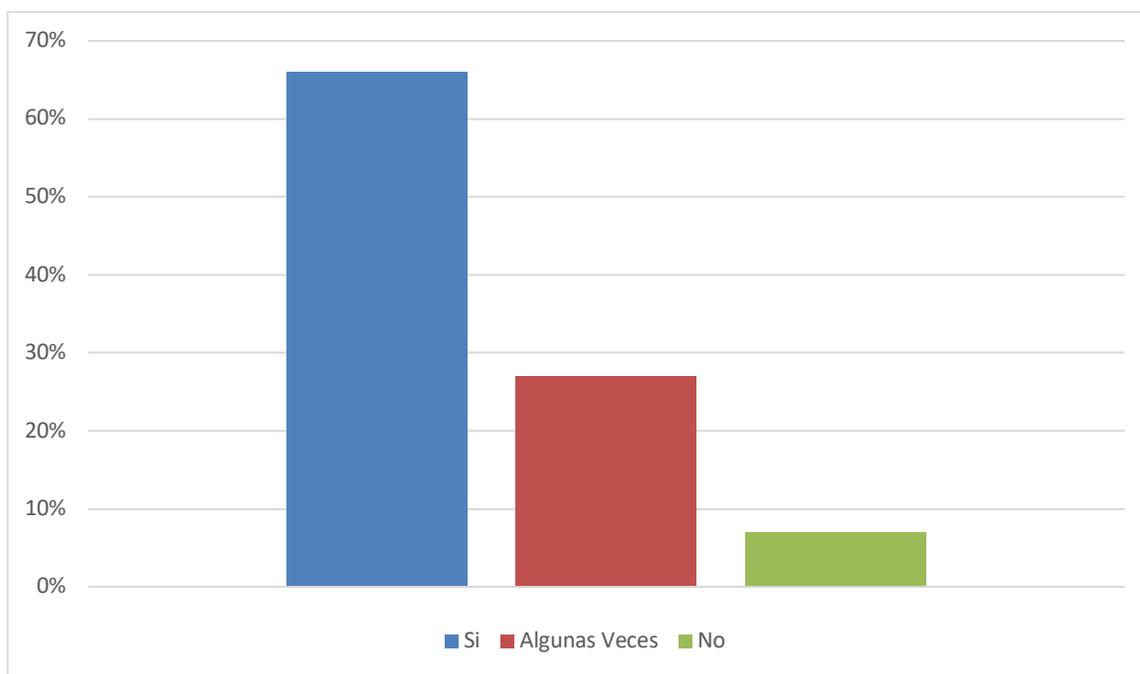
Después de emitidos cada uno de los programas de “Yo te escucho, yo te ayudo”, se obtiene un 83% de aprobación y acogida excelente por parte de los oyentes de Radio Uno, seguido de una minoría con el 9% que indica que algunos insumos estuvieron regulares y finalmente un número muy bajo del 8% que dice que el programa no cumplió con sus expectativas.

Con este resultado se logra cumplir con los objetivos establecidos en el proyecto.

Tabla 18**Calidad de la información suministrada por el programa**

		Porcentaje
¿La información fue muy clara y precisa?	Si	66%
	Algunas Veces	27%
	No	7%
Total		100,0%

Nota. Tabla con porcentajes sobre la calidad de la información dada en el programa. Elaboración propia (2021).

Figura 17***Calidad de la información***

Nota. Percepción de la calidad del programa de radio .Elaboración propia (2021).

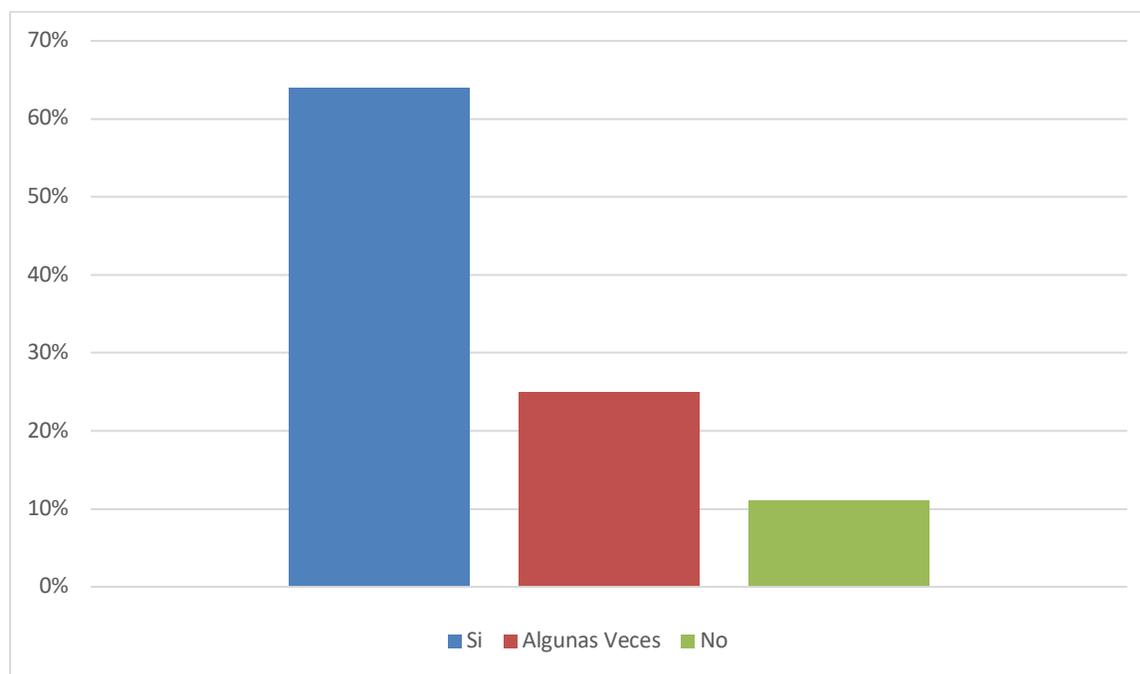
A la respuesta de esta pregunta un 66% afirmó que la información que se suministró en el programa fue clara y abordó con los temas que se estaban tratando al aire. Un 27% mencionó que en algunas ocasiones los contenidos emitidos no fueron muy claros y con un 7% se afirma que la información nunca fue precisa, el contenido no se ajustó al tema abordado.

Vemos claramente que si bien más de la mitad afirmó que el programa cumple muy bien con su rol de informar y brindar soluciones a los temas abordados.

Tabla 19**Datos de recepción de las líneas de atención de ayuda psicológica**

		Porcentaje
¿Recibió ayuda por las líneas de atención?	Si	64%
	Algunas veces	25%
	No	11%
Total		100,0%

Nota. Tabla con datos de recepción de las líneas de atención de ayuda psicológica Elaboración propia (2021).

Figura 18**Porcentaje de recepción de las líneas de atención de ayuda psicológica**

Nota. Datos de recepción de llamadas en las líneas de atención. Elaboración propia (2021).

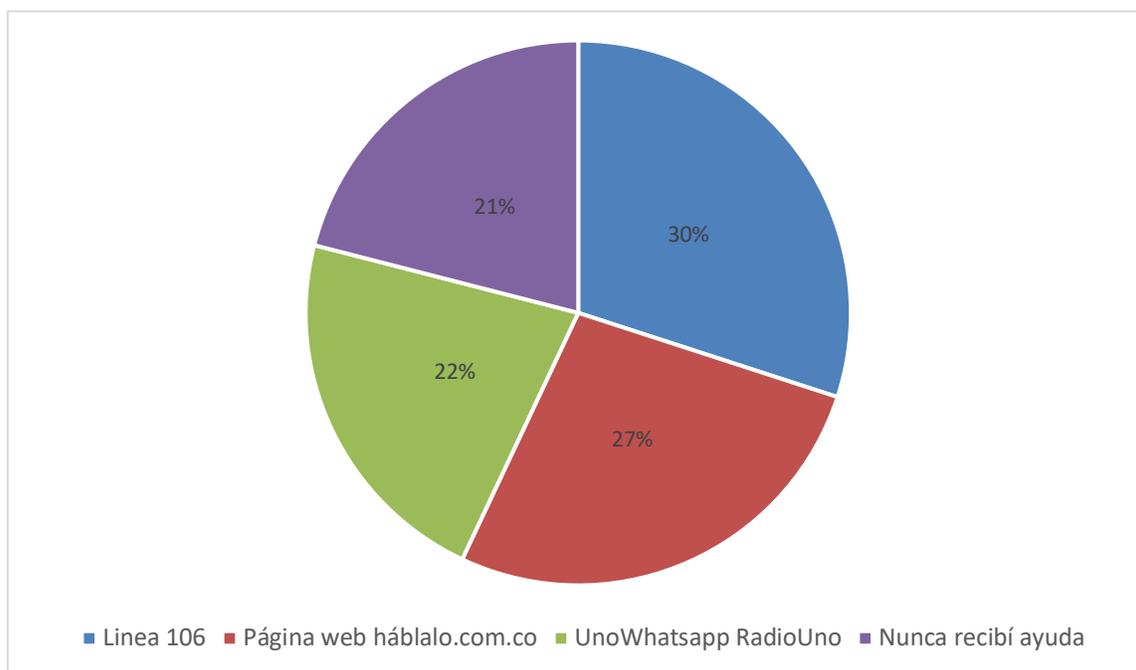
El 64% de los encuestados han afirmado que, gracias a la emisión de los programas, pudieron establecer contacto con las líneas de atención, recibiendo la ayuda deseada. Un 25% ha dicho que algunas veces logró recibir o establecer cierto contacto con las líneas de ayuda, mientras que un 11% no recibió la ayuda necesitada o no le fue posible establecer contacto con estas herramientas.

Se formula la hipótesis que esta minoría que no logró tener ayuda por medio de los canales de atención se debe al alto flujo de llamadas que comenzó a recibir la línea 106 y el portal web hablalo.com.co, esto generó un problema de altos tiempos “en espera en línea” y esto supone un problema para el usuario.

Tabla 20**Porcentaje del uso de canales de ayuda por parte de los oyentes**

	Porcentaje
Canal de atención de mayor	30%
Línea 106	
impacto.	
Página web háblalo.com.co	27%
Uno WhatsApp Radio Uno	22%
Nunca recibí ayuda	21%
Total	100,0%

Nota. Tabla con datos sobre el uso de canales de ayuda por parte de los oyentes Elaboración propia (2021).

Figura 19***Canales de atención y ayuda***

Nota. Canales de ayuda con más recepción de llamadas. Elaboración propia (2021).

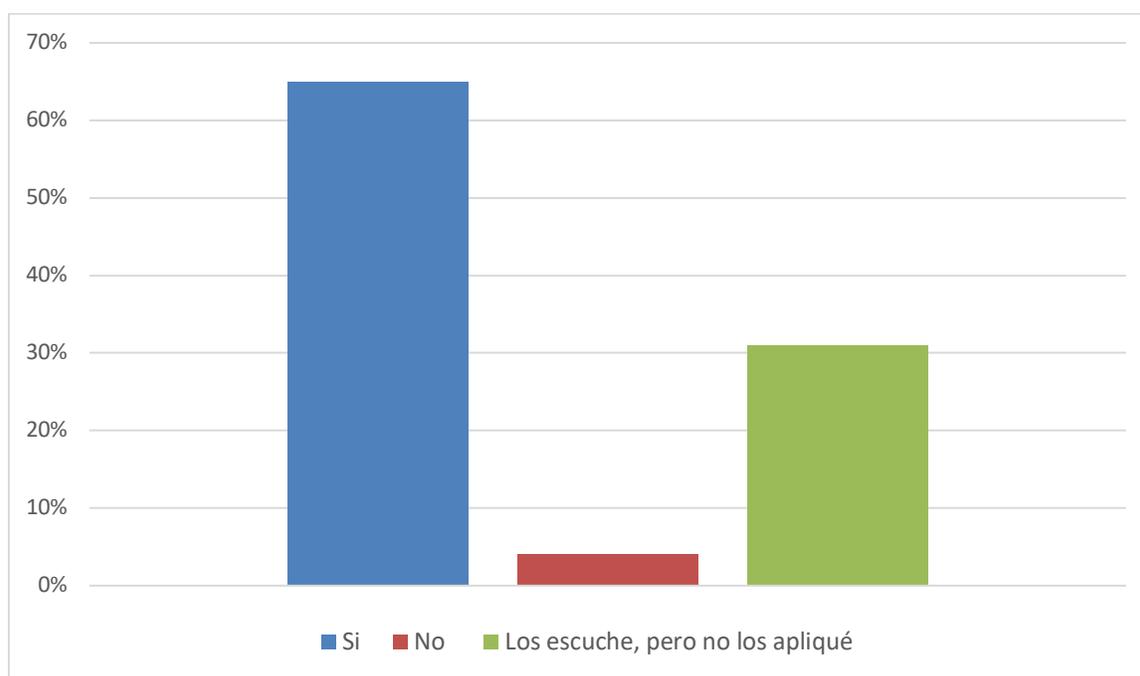
La gráfica indica que el 30% de las personas encuestadas recibieron ayuda por la línea 106, el 27% por la página web háblalo.com.co, el 22% por el Whatsapp de la emisora Radio Uno y un 22% dice que por ningún canal recibió ayuda.

Gracias a que la línea telefónica 106 es gratuita, la mayoría de los usuarios pudieron establecer contacto con los profesionales que están prestos para ayudar con los problemas psicosociales de los habitantes del barrio Libertador.

Tabla 21**Resultados de la implementación del programa “Yo te Escucho, Yo te ayudo”**

		Porcentaje
Resultados de la implementación	Si	65%
de los consejos dados en el	No	4%
programa.	Los escuché, pero no los apliqué.	31%
Total		100,0%

Nota. Tabla con los resultados de la implementación del programa. Elaboración propia (2021).

Figura 20**Resultados de la implementación de los consejos dados en el programa**

Nota. La gráfica muestra el impacto positivo del programa de radio. Elaboración propia (2021).

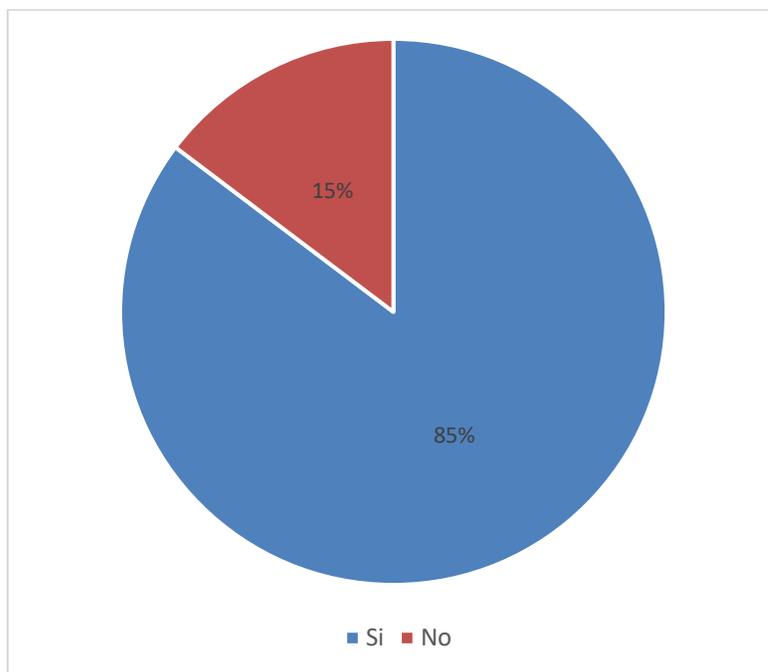
La encuesta señala que el 65% de las personas que escucharon el programa “Yo te escucho, yo te ayudo” aplicó los consejos dados por los profesionales invitados al programa obteniendo buenos resultados al aplicarlos. El 31% escuchó los consejos, pero no los aplicó y una minoría del 4%, los escuchó y aplicó, pero no obtuvo los resultados que esperaba.

Con lo anterior se reafirma la importancia de contar con espacios radiales como este, puesto que, en su mayoría, la información que se entrega la aplica para mejorar su condición de salud mental obteniendo los mejores resultados.

Tabla 22**Resultados efectividad del programa y de las líneas de atención**

		Porcentaje
Efectividad del programa.	Si	85,3%%
	No	14,7%
Total		100,0%

Nota. Resultados efectividad del programa. Elaboración propia (2021).

Figura 21***Aceptación del programa***

Nota. Porcentaje de aceptación del programa. Elaboración propia (2021).

Con un porcentaje del 85% el programa cumplió con los objetivos planteados, pues más de la mitad y casi el total de los encuestados afirmó que el programa debería continuar aplicándose en la emisora Radio Uno. Una minoría del 14,7% (aproximado a 15%) afirma que el formato no fue de su gusto, no le agrado los temas y no está de acuerdo con la continuidad del programa en la emisora.

Estos resultados finales son importantes para la evaluación del impacto que tuvo el programa, siendo un resultado muy favorable para este formato de radio. Las personas del barrio Libertador se mostraron muy satisfechas con la emisión de este programa de radio.

Análisis de Resultados

Con los resultados anteriormente expuestos, se logra evidenciar el impacto positivo que generó el programa de radio en los habitantes del barrio Libertador de la ciudad de Tunja, cumpliendo satisfactoriamente con los objetivos plenamente establecidos para el proyecto.

En su mayoría, los encuestados establecieron que la información entregada en el programa fue clara y muy fácil de entender, puesto que se manejó un léxico o lenguaje no tan técnico, el cual ayudó a que se pudiese entregar la información de una forma más comprensible usando un vocabulario nativo de la región.

Este tipo de proyectos radiales puede servir de base para las oficinas de comunicaciones de los entes gubernamentales, con el fin de incorporar a la radio como un instrumento transformador social, ya que los resultados de la aplicación de este proyecto, logra demostrar que la radio tiene un impacto muy fuerte aún en estas épocas de pandemia donde también la radio por internet ha tratado de desplazar a la tradicional.

Tanto la línea 106 como el portal “Háblalo.com.co” recibieron una buena calificación por la ayuda y la experiencia recibida, pero aún existe un porcentaje significativo que indica que no le fue posible recibir ayuda por ningún medio, lo cual se debe estudiar y verificar el por qué estas personas nunca les fue posible exponer sus problemas. Se debe verificar a profundidad si fueron fallas de comunicación o falla en la calidad de atención de los operadores, quienes incidieron en el impacto negativo sobre las líneas de atención.

Conclusiones

La radio, como medio de comunicación de fácil acceso y gratuito, brinda una estrategia y herramienta de transformación social, siempre y cuando su talento humano contemple una ética profesional de servicio a la comunidad de forma desinteresada y con la disposición de realizar un cambio positivo en la comunidad objetivo, en este caso los habitantes del barrio Libertador.

La comunidad en la ciudad de Tunja, tiene a la radio como un instrumento de debate, ayuda y transformación social, y así mismo, lograr encontrar una solución a los dilemas que presente la comunidad.

Los resultados del impacto que tuvo este programa de radio fueron muy positivos, pues mejoro notablemente la convivencia entre ciudadanos del barrio Libertador y así mismo, se logró generar cierto cambio social gracias a la comunicación y a su instrumento: La Radio.

La opinión y debate se puede generar en escenarios y espacios brindados por las emisoras comerciales, que, a pesar de su contenido, noticioso, informativo, musical, o el formato fomentado, pueden generar un espacio radial para el servicio comunitario.

Finalmente, se demuestra que proyectos como el aquí expuesto, logra fomentar más la integración de las autoridades y comunidad.

Recomendaciones

Se recomienda este medio de comunicación para la ayuda de la transformación social, puesto que este instrumento de la comunicación es de alto consumo, directo y de fácil acceso.

Se sugiere también, mantener un estudio minucioso de la audiencia en la emisora que se desee implementar proyectos como este, pues no todas las emisoras y sus formatos están prestos para la aplicación de contenidos como el aquí presentado, bien sea porque sus formatos no se ajustan al contenido sugerido o por el *target* manejado en la estación radial.

Para poder obtener este tipo de resultados positivos, como los expuestos en este documento, es importante analizar los elementos comunicativos presentes e identificar las falencias comunicativas que se presenten en la comunidad a trabajar, pues de esto depende que se pueda elaborar un buen programa de radio.

De forma académica se recomienda a los estudiantes, tener un conocimiento previo sobre la radio, su forma, función y estudio minucioso de cada formato radial, para lograr establecer una buena estrategia de comunicación.

Referencias Bibliográficas

- Antequera, R. J., & Obregón, R. (2002). *La radio como dinamizadora de procesos sociales y culturales en Barranquilla. Investigación y Desarrollo*, 10(2), 146-169.
<https://www.redalyc.org/pdf/268/26812203.pdf>
- Asociación Colombiana de Investigación de Medios. (2021). Informe Estudio Continuo de Audiencia Radial-EGM. <http://www.acimcolombia.com/estudios/estudio-general-de-medios-egm/>
- Ballesteros, T. (2020). Radio y Coronavirus. Aprendizajes del medio de comunicación en tiempos de pandemia. <https://bit.ly/3o32Ln1>
- Centro Nacional de Consultoría. (2021). Informe Estudio Continuo de Audiencia Radial 2019-2021. <https://www.centronacionaldeconsultoria.com>
- Chávez, O. I. (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. *Signos históricos*, 14(28), 114-148.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-44202012000200004&lng=es&tlng=es.
- Collins, K. M., Onwuegbuzie, A. & Sutton, I. (2006). Un modelo que incorpora la justificación y el propósito para la realización de investigaciones de métodos mixtos en Educación especial y más. *Learning Disabilities: A Contemporary Journal* 4(1), 67-10
<https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ797679.pdf>
- Criollo, A. (2020). Radio y Coronavirus. Aprendizajes del medio de comunicación en tiempos de pandemia. <https://bit.ly/3o32Ln1>
- Crusellas. L. (2017). *Géneros y formatos de programas de radio*. <https://bit.ly/3nZh0sV>

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2019). *Información del DANE para la toma de decisiones en departamentos y ciudades capitales: Tunja, Boyacá*.
<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/210209-InfoDane-Tunja-Boyaca.pdf>
- García, S., Gonza, A., & Ramos, E. (2018). *La libertad de expresión*. Sociedad Interamericana de Prensa. <https://www.corteidh.or.cr/sitios/libros/todos/docs/libertad-expresion1.pdf>
- Gobernación de Boyacá. (2018). *Plan general de comunicaciones y las estrategias de divulgación y difusión de la Gobernación de Boyacá*. <https://bit.ly/39B26R4>
- Gobernación de Boyacá. (2020). *Plan de desarrollo 2020-2023*, 81-169.
<https://www.boyaca.gov.co/wp-content/uploads/2020/06/pdd2020-2023boy.pdf>
- Gobernación de Boyacá. (2021). *Balance de la línea 106, el canal de ayuda que cumple once años al servicio de la salud mental de los boyacenses*. <https://bit.ly/3o8spXz>
- Gumucio-Dagron, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, 30 (58), 26-39.
<https://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf>
- López. T. (2019). *Más ideas para preparar su programa de radio correctamente*.
<https://radionotas.com/2019/10/29/mas-ideas-para-preparar-su-programa-de-radio-correctamente/>
- Policía Metropolitana de Tunja. (2021). *Boletín de seguridad: violencia intrafamiliar 2020*.
<https://www.policia.gov.co/tunja>
- Rodríguez, J. (2017). Tips para un gran programa de radio.
<https://radionotas.com/2017/12/11/tips-gran-programa-radio/>
- Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Panapo. <https://bit.ly/3AHKIWP>

- Samperi, R., Fernpandez, C., & Baptista, M. P. (2010). *Metodología de la investigación*.
<https://bit.ly/3CHp0mt>
- Sánchez, M. (2020). Radio y Coronavirus. Aprendizajes del medio de comunicación en tiempos de pandemia. <https://bit.ly/3o32Ln1>
- Sanguineti de Brasesco, S. (2001). Estética en la comunicación audio. *Revista Latina de Comunicación Social*, 4(37). <https://www.redalyc.org/pdf/819/81943706.pdf>
- Sistema Nacional de Vigilancia en Salud Pública. (2020). *Reporte salud mental y lesiones de causa externa*. <http://portalsivigila.ins.gov.co/>
- Tamayo M. (2002). *El proceso de la investigación científica*. Limusa. <https://bit.ly/3kByr0w>
- Thomas, P. N., & van de Fliert, E. (2015). Interrogando la teoría y la práctica de la comunicación para el cambio social. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137426314>

Anexos

Anexo A. Encuesta preliminar

1). ¿Qué tan frecuente escucha radio en sus labores diarias?

-Mucho

-Frecuente

-Poco

-Nunca

2). ¿En qué horario escucha radio?

-Entre las 6 am y las 10

-Entre las 10 am y las 2 pm

-Entre las 2 pm y las 5 pm

-Entre las 5 pm y las 8 pm

-Entre las 8 pm y las 10pm

-Nunca

3). De los siguientes formatos de radio, ¿cuál es su preferido?

-Musical (Música)

-Hablada (Solo noticias)

-Hablada (Noticias, entretenimiento) con contenidos musicales.

-Ninguno de los anteriores

4). De los siguientes barrios, ¿en cuál reside usted?

- Libertador

- Antonia Santos

- Centro

- Altamira

- La Fuente

- El Carmen

- Ninguno de los anteriores

5). ¿Ha sido víctima de violencia intrafamiliar?

-Si

-No

6). ¿Conoce alguna persona que sufra violencia intrafamiliar o sabe de algún caso de este tipo de violencia en su barrio donde reside?

-Si

-No

7). De los siguientes problemas psicosociales, ¿Cuál o cuáles ha presentado usted?

-Ansiedad.

-Depresión.

-Pensamientos de Suicidio.

-Crisis emocionales (económicas y/o familiares).

-Estrés

8). ¿Ha recibido información sobre los canales de atención o ayuda implementados por las autoridades para atender estos casos de violencia intrafamiliar y riesgos psicosociales?

-Si

-No

9). ¿Cree que hace falta implementar un programa de radio para tratar estos temas de riesgo psicosocial?

-Si

-No

Anexo B. Encuesta de resultados

1). Califique desde su punto de vista, la calidad del programa “Yo te escucho, yo te ayudo”

-Excelente.

-Bueno.

-Regular.

-Malo.

2). ¿Fue clara la información suministradas por los profesionales de la salud sobre cómo tratar los factores psicosociales en medio de la pandemia?

-Si.

-Algunas veces.

-No

3). ¿Le posible que usted como oyente, participara con sus comentarios y opiniones sobre los temas abordados en cada programa?

-Si.

-Algunas veces.

-No

4). ¿Los contenidos e insumos del programa, fueron acertados o propios del tema tratado?

-Si.

-Algunas veces.

-No.

5). ¿Le fue posible recibir ayuda de cada uno de los canales de atención que se suministraron en los programas?

-Si.

-Algunas veces.

-No.

6). ¿Cuál de los siguientes canales de ayuda, le fue posible recibir atención cuando la necesitó?

- Línea 106 (Atención psicológica)

- Pagina Web Háblalo.com.co

- Uno WhatsApp de Radio Uno

7). De los consejos o tips entregados al aire en el programa ¿alguno de ellos lo inicio a aplicar obteniendo buenos resultados en su implementación?

-Si

-No

-Solo escuché, pero no los apliqué.

*Responda la siguiente pregunta solo si recibió ayuda por alguna de los canales de atención.

¿Logró mejorar su salud mental, mejorar su ambiente familiar y social con los consejos y ayudas recibidas por los canales de atención?

-Si

-No

Anexo C. Informe de cumplimiento



INFORME DE CUMPLIMIENTO RADIO CADENA NACIONAL S.A.S. RCN RADIO TUNJA

El suscrito Gerente de **RCN Radio** se permite **CERTIFICAR** que como parte de nuestras actividades de responsabilidad social, y en el marco del apoyo a la innovación y mejora continua propuesta por nuestros funcionarios, se transmitió programa de contenidos denominado "Yo te escucho, yo te ayudo", bajo las siguientes condiciones:

PRODUCTOR: **CARDONA BOTTIA WILLIAM DUVAN**
 IDENTIFICACION: **1057466461**
 EMISORA: **RADIO UNO TUNJA 102.1 FM**
 HORARIO: **9:00 AM A 10:00 AM**
 INTENSIDAD: **DOS (2) PROGRAMAS MENSUALES**
 PERIODO CERTIFICADO: **JULIO 2020 A MARZO 2021**

Además se registraron las siguientes actividades:

TEMA	FECHA	Franja (Sujeta disponibilidad)	INVITADO
Ansiedad	6 de Julio	09:00 - 10:00	Sandra Paola Cordoba
Depresión	24 De Julio	09:00 - 10:00	Sandra Paola Cordoba
Violencia Intrafamiliar	03 De Agosto	09:00 - 10:00	Capitán Yudy Milena Salas
Crisis Emocionales	28 De Agosto	09:00 - 10:00	Sandra Paola Cordoba
Estrés	11 de Septiembre	09:00 - 10:00	Sandra Paola Cordoba
Pensamientos de Suicidio	28 de Septiembre	09:00 - 10:00	Sandra Paola Cordoba
Violencia Intrafamiliar	03 de Octubre	09:00 - 10:00	Capitán Yudy Milena Salas
Ansiedad	26 de Octubre	09:00 - 10:00	Sandra Paola Cordoba
Maltrato Infantil	7 de Noviembre	09:00 - 10:00	Capitán Yudy Milena Salas
Depresión	30 de Noviembre	09:00 - 10:00	Sandra Paola Cordoba
Estrés	5 de Diciembre	09:00 - 10:00	Sandra Paola Cordoba
Pensamientos de Suicidio	12 de Diciembre	09:00 - 10:00	Sandra Paola Cordoba
Violencia Intrafamiliar	18 De Enero	09:00 - 10:00	Capitán Yudy Milena Salas
Crisis Emocionales	30 De Enero	09:00 - 10:00	Sandra Paola Cordoba
Ansiedad	4 de Febrero	09:00 - 10:00	Sandra Paola Cordoba
Estrés	27 de Febrero	09:00 - 10:00	Sandra Paola Cordoba
Maltrato Infantil	1 de Marzo	09:00 - 10:00	Capitán Yudy Milena Salas
Depresión	8 de Marzo	09:00 - 10:00	Sandra Paola Cordoba

La presente se expide en Tunja, a los 15 días del mes de septiembre de 2021, por solicitud del funcionario.


JAVIER HERNANDO ESPINOSA FAGUA
 Gerente RCN Radio Tunja
 Email: hespinosa@rcnradio.com.co
 Av. Norte 51-43

