

# **Universidad Internacional de las Américas**

**Carrera: Periodismo**

**Grado académico: Bachillerato**

**Análisis de las estrategias de comunicación y de los procesos de diseño empleados por el programa Desde Buena Mañana durante el período de noviembre del 2024 a abril del 2025.**

**Siryelis Monserrath Castro Amador**

**Paulette Stacy Barrantes Jiménez**

**San José, noviembre 2025**

## Índice de Contenidos

Introducción	4
CAPÍTULO I. PROBLEMA Y SU IMPORTANCIA	5
1.1. Pregunta de investigación	5
1.2. Objetivos de investigación	5
1.2.1. <i>Objetivo General</i>	5
1.2.2. <i>Objetivos Específicos</i>	5
1.3. Hipótesis de la investigación	5
1.4. 6	
1.5. Justificación	6
1.6. Antecedentes históricos	8
1.6.1. <i>Antecedentes de contexto</i>	8
Sobre Desde Buena Mañana	8
1.6.2. <i>Estado de la cuestión</i>	9
1.6.3. <i>Antecedentes nacionales</i>	9
1.6.4. <i>Antecedentes internacionales</i>	13
CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL	19
2.1. Estrategias de comunicación	19
2.2. Mercado meta	22
2.3. Canales de comunicación	22
2.4. Objetivo estratégico	23
2.5. Tipo de mensaje en una estrategia de comunicación	23
2.6. Recursos económicos	24
2.7. Recursos humanos	24
2.8. Entretenimiento en la comunicación	24
2.9. La radio, medio de expresión	26
2.10. El lenguaje radiofónico	27
2.11. El mensaje sonoro en la radio	27
2.12. El “color” de la palabra	28
2.13. Valor específico de la música en la radio	28
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	30

3.1. Tipo de diseño	30
3.2. Tipo de investigación	31
3.3. Fuentes de información	31
3.3.1 <i>Fuentes primarias</i>	43
3.3.2 <i>Fuentes secundarias</i>	43
3.4. Delimitación de la población (muestra o población)	43
3.5. Tipo de muestreo	44
3.6. Muestra de expertos	44
3.7. Fase de recolección de datos	44
3.7.1 <i>Instrumentos de recolección de información</i>	44
3.7.2 <i>Análisis de contenido</i>	45
3.7.3 <i>Entrevista a profundidad</i>	46
3.8. Cuadro de operacionalización	47
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS	50
4.1. Estrategias de comunicación con el fin de ser más efectivos en el entretenimiento	50
4.2. Canales de comunicación para la difusión de contenidos	52
4.3. Procesos de producción y diseño	54
4.4. Recursos sonoros y narrativos para captar la atención del público meta	57
4.5. Contenido creado por el programa Desde Buena Mañana	61
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	83
5.1. Conclusiones	84
5.2. Recomendaciones	87
5.3. Cronograma de trabajo	89
Referencias bibliográficas	90
Anexos	96
Anexo I: Entrevista de profundidad	96
Anexo II: Entrevista de profundidad	102
Anexo III: Entrevista de profundidad	106
Anexo IV: Entrevista de profundidad	113
Anexo V: Entrevista de profundidad	117
Anexo VI: Entrevista de profundidad	121
Anexo VII: Entrevista de profundidad	122

## **Introducción**

La presente investigación se realiza con el propósito de analizar las estrategias de comunicación utilizadas por el programa Desde Buena Mañana con el fin de ser más efectivos en el entretenimiento, durante un periodo de noviembre del 2024 a abril del 2025.

En el apartado del problema y su importancia, se va a reflejar la pregunta de investigación, el objetivo específico más los objetivos generales, además de la hipótesis y los resultados que se esperan alcanzar.

También, se desarrollarán los antecedentes históricos, los cuales detallan la historia del programa a investigar “Desde Buena Mañana” de Diario Extra. Además de los antecedentes de investigación, en el cual se mencionan trabajos nacionales e internacionales los cuales tienen relación al presente proyecto.

Con respecto al marco teórico, se explicarán los conceptos como estrategias de comunicación, mercado meta, canales de comunicación, objetivo estratégico, tipo de mensaje en una estrategia de comunicación, recursos económicos, recursos humanos y cómo afectan estos a una estrategia de comunicación y por último el entretenimiento en la comunicación.

En la metodología, se explicará el tipo de diseño del presente trabajo, el tipo de investigación, las fuentes de información tanto primarias como secundarias, se va a presentar un cuadro discursivo de análisis, como también la delimitación de la población, el tipo de muestreo, el cual es no probabilística y por expertos. Además, la fase de recolección de datos, en los que se mencionan los instrumentos a utilizar.

En la parte del cronograma de trabajo, se van a definir los tiempos en plazos por semana para el desarrollo de cada una de las secciones de la investigación. En el cual se establece que el tiempo en total será de 16 semanas, que serían 4 meses.

## **CAPÍTULO I. PROBLEMA Y SU IMPORTANCIA**

El problema que aborda esta tesis surge de comprender cómo se aplican las estrategias de comunicación en el entorno digital, especialmente en medios que buscan mantenerse vigentes y conectar de una manera más entretenida como así lo hace el programa Desde Buena Mañana. Identificar y analizar este fenómeno es importante porque permite entender los cambios en la producción de contenidos y su impacto en la relación con la audiencia.

### **1.1. Pregunta de investigación**

¿Cómo son las estrategias de comunicación utilizadas por el programa Desde Buena Mañana con el fin de ser más efectivos en el entretenimiento durante agosto del 2024 a abril del 2025?

### **1.2. Objetivos de investigación**

#### ***1.2.1. Objetivo General***

- Analizar las estrategias de comunicación utilizadas por el programa Desde Buena Mañana con el fin de ser más efectivos en el entretenimiento durante noviembre del 2024 a abril del 2025.

#### ***1.2.2. Objetivos Específicos***

- Analizar los canales de comunicación empleados por el programa Desde Buena Mañana para la difusión de sus contenidos.
- Describir los procesos de producción y diseño del programa Desde Buena Mañana considerando sus objetivos de entretenimiento.
- Analizar el uso de los recursos sonoros y narrativos utilizados por el programa para captar la atención del público meta.
- Analizar el contenido creado por el programa Desde Buena Mañana durante agosto del 2024 a abril del 2025

### **1.3. Hipótesis de la investigación**

La efectividad del programa “Desde Buena Mañana” en el ámbito del entretenimiento durante el período noviembre 2024 - abril 2025 está directamente relacionada con una adecuada identificación de su público meta, el uso eficiente de sus canales de comunicación, la óptima

asignación de recursos económicos y humanos, y la coherencia en la creación de sus mensajes radiales.

#### **1.4. Proyecciones**

Se proyecta que los procesos de creación y diseño del programa Desde Buena Mañana respondan a una estructura de producción orientada a generar contenidos cercanos y entretenidos para su audiencia.

Se espera identificar una preferencia del programa Desde Buena Mañana de las redes sociales para generar cercanía y participación con la audiencia, ya que el programa utiliza una combinación de canales tradicionales y digitales para ampliar su alcance.

Se desea que los recursos sonoros, visuales y narrativos sean altamente efectivos para enganchar a la audiencia. Los recursos sonoros para reforzar la identidad del programa, mientras que los recursos visuales potencien la interacción y entretenimiento del público.

Se pretende con esta investigación que los datos recolectados permitan clasificar al público por edad, género, ocupación, intereses y hábitos de escucha. Puesto que, el conocimiento del perfil permitirá adaptar el lenguaje, secciones y tono del programa para comunicar mejor con la audiencia.

#### **1.5. Justificación**

La transformación de la producción radial en el entorno digital representa una gran importancia a nivel social, puesto que analizar las estrategias de comunicación adoptadas por medios como Extra Radio en su programa Desde Buena Mañana.

Ríos menciona que las estrategias de comunicación interna se han vuelto fundamentales y claves para alcanzar el éxito organizacional en cualquier empresa o negocio (Ríos et al., 2020).

Ante esto, el propósito de la investigación es comprender de qué manera se ha adaptado este programa para transmitir a la sociedad la información de una manera más entretenida, ya sea por medio de mecanismos de interacción y vinculación con la audiencia a través de plataformas como redes sociales.

Además, los medios de comunicación siempre van a influir a la sociedad, dándole a la población el derecho de la información. Analizar la transformación de la producción radial, ayuda a comprender cómo cambia la forma en que la sociedad accede a la información actualmente.

La evolución de la producción radiofónica en el contexto digital adquiere una relevancia bastante significativa en el ámbito académico, debido a que, como estudiantes de periodismo, el hecho de conocer el trabajo que realiza el programa Desde Buena Mañana para comunicarse con su audiencia le ayuda al estudiante a generar un pensamiento crítico, evaluar el impacto de las estrategias de comunicación en el ejercicio profesional y reflexionar sobre la variación del entretenimiento, ya que para los medios de comunicación es importante conocer la evolución que experimentan hoy en día los programas. Por lo que es fundamental que los medios conozcan lo que varía y entretiene a la audiencia en el ámbito de la comunicación.

Desde el campo personal, se aprende a desarrollar habilidades que son fundamentales, como una buena expresión oral, la escucha, la creatividad y la empatía, porque la radio no solamente es un medio que informa, sino que también entretiene y permite conectar con otras realidades, de contar historias y de darle voz a las personas quienes muchas veces no son escuchadas.

En el contexto institucional, la presente investigación permite vincular la teoría con la práctica, fomentando el análisis de casos reales y que existen en la actualidad. Ofrece a la población universitaria una mirada concreta sobre cómo los medios radiales están enfrentando el desafío de la digitalización, la innovación tecnológica que utilizan y las nuevas formas de producción y consumo de contenido, lo cual es una oportunidad para crear algún tipo de debate académico sobre estos medios.

Estos temas, son un aporte significativo hacia las carreras relacionadas a la comunicación, como es el caso del periodismo y hasta la producción audiovisual, ya que es de gran ayuda para la actualización de competencias laborales. El presente tema de investigación no solamente amplía el conocimiento de los estudiantes, sino que los llega a inspirar para que puedan investigar acerca de fenómenos comunicativos emergentes con algún impacto social o profesional.

## **1.6. Antecedentes históricos**

### ***1.6.1. Antecedentes de contexto***

Los antecedentes históricos le van a permitir al lector comprender el contexto en el que se inserta el programa Desde Buena Mañana a Extra Radio y cómo las dinámicas del entorno digital han redefinido sus prácticas y sus estrategias de producción.

#### **Sobre Desde Buena Mañana**

El programa Desde Buena Mañana es una revista informativa matutina de la emisora Extra Radio 92.3 FM, lanzada oficialmente el 1 de agosto de 2024 por Grupo Extra, una empresa costarricense con más de 45 años de trayectoria en los medios de comunicación (Sánchez, 2025).

Según Ángel Sánchez, periodista que anteriormente fue parte del programa matutino Desde Buena Mañana, tiene su origen por una idea impulsada por Henry Rodríguez, quien, según Sánchez, posiblemente desarrolló este concepto desde su tiempo como director de ADN. Esta propuesta se basa en un formato ya conocido en el ámbito radial, similar al que se usaba en un noticiero llamado A Primera Hora, y que actualmente se retoma en Radio 92.3 FM desde hace aproximadamente un año. (Sánchez, 2025)

La creación de Extra Radio responde a la necesidad de ofrecer una propuesta informativa fresca y cercana al público costarricense. Su eslogan, “En sintonía con vos”, refleja el enfoque de la emisora en brindar información veraz, oportuna y cercana a la audiencia. La programación de Extra Radio incluye programas como En Contexto, Mucho que Contar, Asiento Extra y Tiempo Extra Radio, además de Desde Buena Mañana. (Sánchez, 2025)

Este concepto integra múltiples secciones informativas como noticias, El Café, Las Cifras, Tendencias, entre otras. Las cuales, según Sánchez, no son inventadas, sino enfoques temáticos para presentar noticias reales. Como si en un caso hipotético, un personaje como el presidente genera noticia, se presentaría dentro de la sección “El Café”. Alguna acción positiva se incluiría en “Buenas Noticias”; datos relevantes de salud se integrarían en “Las Cifras”; y temas populares o de actualidad, como un evento deportivo, se colocaría en la sección de “Tendencias”. (Sánchez, 2025)

El equipo del programa estaba compuesto por cuatro presentadores, los cuales eran: Henry Rodríguez, Angie Cantillo, Lorena Bogantes y Ángel Sánchez, quien también trabajaba como productor (Sánchez, 2025).

Es importante señalar que el equipo que conformaba originalmente el programa Desde Buena Mañana ya no se mantiene en la actualidad. Durante el periodo de análisis comprendido entre noviembre del 2024 y abril del 2025, el espacio contó con un grupo específico de periodistas y colaboradores que, posteriormente, algunos de ellos fueron reemplazados. Actualmente, el programa está integrado por un nuevo equipo de trabajo, conformado por otros periodistas y profesionales de la comunicación, lo que refleja una renovación tanto en los perfiles del personal como en las dinámicas internas de producción y conducción del espacio. Esta aclaración resulta relevante para contextualizar los resultados del estudio, los cuales se basan en las prácticas y estrategias desarrolladas por el equipo vigente durante el periodo de investigación.

Desde Buena Mañana se transmite de lunes a viernes de 5:00 a.m. a 8:30, el cual ofrece un enfoque positivo y optimista para comenzar el día. El programa está dirigido por Henry Rodríguez, Angie Cantillo y Ángel Sánchez, quienes presentan las noticias del día con un enfoque positivo, inspirando a la audiencia a empezar la jornada con energía. A las 10:30 am se hace una pausa y al regresar al aire, se continúa con un programa aparte el cual se llama “En Contexto”, el cual está dirigido de igual manera por Henry Rodríguez, estos dos programas se entrelazan y permiten completar toda una mañana de cobertura informativa. (Sánchez, 2025)

Según Sánchez, el enfoque del equipo es estar preparados para cubrir en tiempo real los hechos relevantes de la mañana, ya sea con entrevistas, reporteo en la calle o transmisiones en vivo con conjunto con otros medios como el periódico, la televisión o colaboradores de radio (Sánchez, 2025).

Además de su transmisión en la frecuencia 92.3 FM, Extra Radio ofrece su contenido a través de televisión abierta por el canal 42.2, redes sociales y YouTube, permitiendo a la audiencia acceder a los programas desde diversas plataformas. El programa ha mostrado un crecimiento sostenido tanto en la audiencia como en el equipo humano, generando buenas expectativas para un futuro (Sánchez, 2025).

### ***1.6.2. Estado de la cuestión***

El estudio de las estrategias de comunicación en medios tradicionales y digitales ha cobrado una importancia creciente en el ámbito del periodismo costarricense, especialmente en relación con programas de contenido social, informativo y de entretenimiento. En este contexto, el análisis de casos concretos permite comprender cómo se diseñan y ejecutan dichas estrategias, así como los procesos creativos y técnicos involucrados en su desarrollo.

### ***1.6.3. Antecedentes nacionales***

La primera de las investigaciones fue presentada por Julia Barrantes Dall'Anese en la Universidad de Costa Rica en el año 2014 para la obtención del grado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Publicidad. El estudio fue sobre los gustos, hábitos y preferencias de consumo mediático de Trabajadores de la Construcción en Obra en Costa Rica (Barrantes, 2014).

La cual tiene como objeto de estudio los gustos, preferencias y hábitos de consumo de medios de comunicación de los Trabajadores de la Construcción en Obra (TCO) en Costa Rica.

Esta investigación consistió en analizar los gustos, preferencias y hábitos de consumo de medios de comunicación relacionados con el tema de la construcción de los TCO (Trabajadores de la Construcción en Obra), como referente para el diseño y ejecución de estrategias de comunicaciones integradas de marketing dirigidas a esta población. Este objetivo buscaba comprender cómo los TCO consumen medios de comunicación, tanto para informarse como para entretenerse, especialmente en relación con temas del sector construcción.

El estudio realizado por Julia Barrantes Dall' Anese se relaciona estrechamente con el presente trabajo, ya que ambos comparten un enfoque centrado en la comunicación dirigida a públicos específicos. Mientras la investigación de Barrantes se orientaba a comprender los hábitos mediáticos de los TCO para generar estrategias de comunicación efectivas hacia ese grupo, la presente tesis se enfoca en el análisis de las estrategias comunicativas y los procesos de diseño aplicados por el programa radial Desde Buena Mañana, con el objetivo de evaluar su efectividad en el contacto con su audiencia.

Ambas investigaciones parten de una misma premisa: la importancia de conocer al receptor para optimizar la producción y difusión de mensajes en medios tradicionales. En este sentido, el

trabajo de Barrantes sirve como referente metodológico y conceptual, al aportar un modelo de análisis sobre el consumo mediático y su uso para fundamentar decisiones estratégicas de comunicación.

Esta relación permite establecer un puente entre la comprensión del público y la evaluación de los productos comunicativos que se les ofrecen, siendo una base útil para interpretar las prácticas del programa Desde Buena Mañana desde una perspectiva profesional y académica.

La autora optó por un diseño exploratorio porque existe muy poca información previa sobre los hábitos de consumo mediático de los TCO. Al mismo tiempo, se calificó como descriptivo porque busca identificar y caracterizar cómo, qué y por qué consumen determinados medios.

El enfoque fue cualitativo, y se apoya en: cuestionarios cualitativos y grupos focales, esto permitió profundizar en las motivaciones, percepciones y preferencias del grupo estudiado, más allá de los datos numéricos.

La segunda investigación fue realizada por Oscar Mario Jiménez Alvarado en el año 2017 para la obtención del grado de Maestría Académica en Comunicación. El trabajo fue sobre la centralización de los medios de comunicación en Costa Rica, tomando como análisis el caso de la radio y la televisión abierta (Jiménez, 2017).

El objeto de esta investigación fue la concentración de la propiedad en los medios de comunicación costarricenses, específicamente en la radio y la televisión abierta. Es decir, el estudio se centró en cómo se distribuye y acumulaba la propiedad de las concesiones del espectro radioeléctrico entre diferentes actores empresas, grupos económicos, religiosos, públicos o privados que operan medios de radiodifusión sonora (radio AM y FM) y televisiva de acceso abierto en Costa Rica.

El objetivo general de esta tesis fue examinar la concentración de la propiedad en los medios que ofrecen servicios de radiodifusión sonora y televisión abierta en Costa Rica durante el 2017 (Jiménez, 2017).

Esta tesis, se propuso estudiar y evidenciar los niveles de concentración de los medios de comunicación tradicionales radio y televisión abierta en Costa Rica, con énfasis en la propiedad de las concesiones del espectro radioeléctrico.

El estudio surgió de la preocupación sobre cómo la concentración mediática puede afectar negativamente el derecho a la información, el pluralismo y la democracia, dado que en Costa Rica los medios siguen teniendo un fuerte impacto en la formación de opinión pública. En ese contexto, se intentó llenar un vacío empírico respecto a cuántas y cuáles empresas o grupos controlan los medios de comunicación costarricenses.

Se buscaba generar datos concretos y actualizados que permitieran determinar si existió una alta concentración de la propiedad en los medios de comunicación (radio y televisión abierta), y si esta situación pudo afectar negativamente el pluralismo informativo y la libertad de expresión.

El diseño del documento fue cuantitativo, exploratorio, centrado en el análisis de la concentración de medios en Costa Rica, a través del uso de datos oficiales y herramientas de análisis empírico y estadístico.

El estudio de Óscar Mario Jiménez Alvarado sobre la concentración de la propiedad en los medios de comunicación en Costa Rica se relaciona directamente con la presente investigación al proporcionar un marco estructural que contextualiza el funcionamiento del sistema mediático nacional. Su análisis reveló cómo la concentración en pocas manos limita el pluralismo y la diversidad de voces, lo cual incide directamente en las posibilidades de diseño, producción y difusión de contenidos comunicativos.

En ese sentido, esta investigación sobre las estrategias de comunicación y los procesos de diseño empleados por el programa Desde Buena Mañana se inserta dentro de este escenario, permitiendo examinar cómo un producto comunicativo específico opera en un entorno caracterizado por dinámicas de poder mediático concentrado. El aporte que dio el estudio de Jiménez es fundamental, ya que refuerza la importancia de analizar críticamente las condiciones en las que se producen y difunden los contenidos, así como el papel que pueden desempeñar programas como Desde Buena Mañana en la promoción de una comunicación más plural, diversa y democrática.

En cuanto a la tercera tesis nacional de referencia, fue presentada en el Instituto Tecnológico de Costa Rica, por Guiselle Portuguese Bejarano en el año 2003 para optar por el grado de Bachillerato en Administración de Empresas. Su título fue en relación con la investigación

exploratoria de mercado sobre los medios de comunicación masivos en San Carlos (Portuguez, 2003).

En el campo de la comunicación, resultó fundamental comprender cómo las audiencias interactúan con los medios, especialmente a nivel local, donde las dinámicas sociales y culturales influyen directamente en los hábitos de consumo informativo. En este sentido, diversos estudios han buscado explorar el papel que desempeñan los medios masivos en regiones específicas, como es el caso del cantón de San Carlos.

Un ejemplo de ello fue la investigación desarrollada por Portuguez, cuyo objetivo fue conocer cómo la población del cantón de San Carlos recibió y utilizó los medios de comunicación masivos, mediante un estudio de tipo exploratorio (Portuguez, 2003).

Este objetivo buscó proporcionar una visión amplia y preliminar sobre los hábitos de consumo de radio, televisión y otros medios en esa región, con el fin de comprender mejor las preferencias y patrones informativos de la población local.

El diseño de esta investigación fue cuantitativo, no experimental, de tipo exploratorio y descriptivo, basado en encuestas aplicadas a una muestra representativa de la población. Se centró en recopilar datos empíricos para conocer el consumo y percepción de los medios masivos en San Carlos, sirviendo como base para futuras investigaciones o estrategias comunicativas locales.

Ambas investigaciones se relacionan en que exploran el uso y las dinámicas de los medios de comunicación en contextos específicos de Costa Rica, aunque desde enfoques diferentes pero complementarios. Mientras el estudio sobre la concentración mediática analiza la estructura de propiedad y el poder en los medios a nivel nacional, el estudio exploratorio en San Carlos se enfocó en cómo las audiencias locales consumen esos medios. En conjunto, ofrecen una visión integral sobre la oferta y la recepción mediática, útil para comprender el sistema comunicativo costarricense desde lo macro y lo micro.

#### ***1.6.4. Antecedentes internacionales***

El estudio de las estrategias de comunicación en medios digitales y radiales ha cobrado relevancia en diversos contextos internacionales, impulsado por la evolución tecnológica, el cambio en los hábitos de consumo mediático y la necesidad de fortalecer la conexión con las audiencias. A lo largo de las últimas décadas, múltiples investigaciones en países de América

Latina, Europa y otras regiones han analizado cómo los programas radiales y las plataformas digitales transforman sus procesos comunicativos para adaptarse a las nuevas dinámicas sociales, culturales y tecnológicas.

Estos antecedentes internacionales permiten comprender las tendencias globales en el diseño de contenidos, la elección de canales de difusión y la interacción con el público. Además, brindan una base comparativa para evaluar experiencias exitosas, identificar buenas prácticas y reflexionar sobre los desafíos comunes que enfrentan los medios en contextos diversos.

En esta sección se recopilan y analizan estudios relevantes que aportan elementos clave para contextualizar la presente investigación, destacando enfoques teóricos, metodologías empleadas y resultados que enriquecen la comprensión del fenómeno en estudio.

La primera, fue presentada por Alexander Patricio Valverde Briceño e Israel Jacob Sánchez Durán, en la Universidad Politécnica Salesiana para optar por el grado de Licenciado en Comunicación Social en el año 2020. Su título consistió en el estudio de las estrategias de comunicación utilizadas por la emisora digital ‘Éxitos FM’ (Valverde et al., 2020).

El propósito de la investigación fue examinar las estrategias comunicacionales que emplea un medio digital, como ‘Éxitos FM’, a través de sus programas, para lograr un impacto adecuado en el cumplimiento de sus objetivos. Este se enfocó en analizar cómo la emisora aprovechaba los formatos digitales y las herramientas comunicacionales para potenciar su alcance e influencia, utilizando contenidos relevantes, interactividad e interacción directa con la audiencia.

En esta investigación el enfoque teórico fue cualitativo y se obtuvo información a través de la observación y entrevistas, con el propósito de interpretar la realidad captada mediante estas y otras herramientas que fueron empleadas en el proceso (Valverde et al., 2020).

Además, según lo explicaron dichos autores el proyecto adoptó un enfoque de investigación exploratoria con el fin de conocer los orígenes de este medio de comunicación, utilizando diversas fuentes informativas para recopilar datos relevantes.

Ambos trabajos investigan las estrategias comunicativas empleadas por programas o medios radiales, aunque en contextos específicos distintos. Este estudio se enfoca en un programa concreto Desde Buena Mañana, mientras que el trabajo de referencia analiza una radio digital

completa “Éxitos FM”. En ambos casos, se explora cómo se construyen los mensajes, qué canales se utilizan y cómo se busca conectar con el público.

Las dos investigaciones analizan también los procesos de diseño y producción dentro del medio, entendidos como los mecanismos creativos, estructurales y técnicos con los que se desarrollan los contenidos radiofónicos. Esto implica un enfoque no solo comunicacional, sino también organizacional y técnico, útil para evaluar la calidad, impacto y coherencia del producto comunicativo.

El segundo antecedente internacional fue presentado por Shirly Ramírez Cardona y Danilo Andrés Torres Tocora y fue desarrollada en la Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO), en Guadalajara de Buga en el año 2018, en la cual realizaron una tesis con una propuesta metodológica para desarrollar un producto de radio basado en los conceptos de identidad (Ramírez et al., 2018).

Según Ramírez, el objetivo general fue: “construir una propuesta metodológica para realizar un producto de radio universitaria que permita aplicar los conceptos de reconocimiento e identidad desde el Self, a través de la interacción de los invitados y el locutor por medio del género de historia de vida” (Ramírez et al., 2018).

Este trabajo de grado pretendió desarrollar un producto comunicativo para la radio universitaria de UNIMINUTO que no solo cumpliera funciones informativas o musicales, sino que fuese capaz de promover la identidad y el reconocimiento social entre los jóvenes. La propuesta metodológica partió de un análisis teórico y comparativo de programas ya existentes en UNIMINUTO Radio.

El objetivo implicaba transformar la experiencia de la radio universitaria en una herramienta participativa, en la que los jóvenes pudiesen reconocerse, contar sus historias, expresar su identidad y ser escuchados por sus pares.

Para ello, los autores propusieron un formato radial que utiliza el género historia de vida, difundido a través de podcast, lo que permite una conexión más íntima y flexible con las audiencias juveniles. Este enfoque buscaba enriquecer la parrilla de contenidos de UNIMINUTO Radio, diferenciándose de los formatos más convencionales como los magazín informativos o musicales.

La investigación empleó un diseño metodológico mixto con enfoque convergente paralelo, que combinó simultáneamente técnicas cuantitativas y cualitativas para obtener una comprensión integral del objeto de estudio. Desde el enfoque cuantitativo, se aplicaron encuestas cerradas a estudiantes del programa de Comunicación Social del Centro Regional Buga, mientras que desde el enfoque cualitativo se realizó una observación no participativa y un análisis comparativo de cuatro programas emitidos por UNIMINUTO Radio UVD.

El trabajo de UNIMINUTO propuso una metodología para la creación de un producto de radio universitaria que promoviera el reconocimiento e identidad de los jóvenes desde sus propias voces, utilizando estrategias narrativas como la historia de vida y herramientas como el podcast.

Esto se vincula directamente con el enfoque en estrategias de comunicación, ya que permite comparar y reflexionar sobre cómo se construyen mensajes dirigidos a públicos específicos, qué elementos de diseño (formato, lenguaje, tono) se priorizan, y cómo se articula lo técnico con lo emocional y lo social en un producto radiofónico.

Además, ambos trabajos coinciden en el interés por fortalecer la participación de los jóvenes en la producción mediática, fomentar el diálogo social y generar contenidos con propósito más allá de la simple transmisión informativa. Por tanto, el trabajo de Ramírez y Torres aportó una perspectiva metodológica, conceptual y práctica para enriquecer este análisis sobre el diseño comunicacional del programa Desde Buena Mañana.

Finalmente, la última tesis internacional de referencia seleccionada como antecedente es la investigación fue presentada por Franco Paolo Arévalo Guerra en la universidad San Ignacio de Loyola en Lima, Perú en el año 2020 para optar el Grado de Bachiller en Comunicaciones. El título consistió en el estudio de las tácticas comunicativas empleadas por el canal Viva TV en su presencia en la plataforma YouTube (Arévalo, 2020).

Se mostró como objeto de estudio el diseño e implementación de estrategias de comunicación en redes sociales (específicamente en Twitter y Facebook) para los medios de comunicación cubanos, con el fin de mejorar su presencia, efectividad comunicativa, e interacción con las audiencias en estos entornos digitales.

Este artículo analizó cómo las redes sociales como Twitter y Facebook transformaron el periodismo contemporáneo y, específicamente, las prácticas comunicativas de los medios cubanos.

El estudio se enfocó en proporcionar una propuesta metodológica clara y aplicable para que las organizaciones periodísticas diseñarán estrategias eficaces en estas plataformas. Esto incluía la planificación de contenidos, la segmentación del público, la gestión de la interacción y la evaluación de resultados a través de indicadores técnicos y herramientas digitales.

La investigación también partió de una crítica al uso empírico, espontáneo y desorganizado que hacían muchos medios cubanos de estas redes, lo que revelaba la necesidad de establecer planes estratégicos profesionales que favorecieron la fidelización de comunidades, el aumento del tráfico hacia los medios, y la construcción de una identidad digital coherente con sus objetivos institucionales.

En resumen, el objeto de estudio fue la gestión estratégica de la comunicación institucional en redes sociales por parte de medios de comunicación cubanos, abordado desde un enfoque aplicado, con énfasis en la metodología, el análisis de contenido y el diseño comunicativo digital.

La investigación empleaba un diseño metodológico mixto, de carácter no experimental, descriptivo y aplicado, orientado al análisis y mejora de las prácticas comunicativas de los medios de comunicación cubanos en redes sociales, particularmente en Twitter y Facebook. A través de un enfoque cualitativo complementado con herramientas cuantitativas, el estudio utiliza técnicas como el análisis de contenido, benchmarking, y la propuesta de encuestas, además del uso de plataformas de análisis digital como Facebook Insights, Twitonomy y Google Analytics. Este diseño permitió describir el estado de la gestión en redes, identificar deficiencias y construir una estrategia comunicativa coherente, planificada y orientada a la interacción efectiva con las audiencias digitales.

La investigación propuso una estrategia de comunicación digital clara, medible y profesional para que los medios cubanos aprovechan de forma más eficaz las plataformas sociales. Su enfoque estuvo centrado en crear comunidades de usuarios fidelizados, mejorar la interacción con las audiencias y fortalecer la imagen institucional del medio en entornos digitales.

Ambas investigaciones se relacionan en su interés por fortalecer la comunicación institucional a través de medios digitales, aunque desde enfoques distintos pero complementarios. Mientras el artículo sobre estrategias de comunicación en redes sociales propuso un modelo metodológico para optimizar la presencia de los medios cubanos en plataformas como Twitter y

Facebook, esta investigación sobre Desde Buena Mañana analiza las estrategias de comunicación y procesos de diseño en un programa radial específico.

Esta relación permite entender cómo los contenidos comunicativos, ya sean radiales o digitales, requieren una planificación estratégica coherente con sus públicos, objetivos y plataformas de difusión. En conjunto, ambos estudios ofrecen herramientas conceptuales y prácticas para mejorar la conexión entre los medios y sus audiencias en entornos contemporáneos cada vez más interactivos y multicanal.

El análisis de los antecedentes nacionales e internacionales revela que existe un creciente interés académico por comprender y mejorar las estrategias de comunicación utilizadas en diversos entornos mediáticos, desde los tradicionales como la radio hasta los digitales como las redes sociales.

A nivel nacional, los estudios sobre concentración mediática y consumo informativo, así como aquellos que abordan la producción de contenidos radiofónicos universitarios, destacan la necesidad de promover la diversidad de voces, el reconocimiento identitario y la participación de las audiencias.

Por su parte, los antecedentes internacionales evidencian una evolución acelerada en la forma en que los medios interactúan con sus públicos, haciendo énfasis en el diseño estratégico, el uso de métricas digitales y la adaptación a los nuevos escenarios de comunicación digital.

En conjunto, estos trabajos enriquecen el marco teórico y metodológico de la presente investigación, al aportar conceptos, herramientas y experiencias aplicables al análisis de estrategias comunicativas y procesos de diseño en productos mediáticos como Desde Buena Mañana. Además, refuerzan la importancia de la planificación, la segmentación del público y la coherencia institucional como elementos clave en la efectividad comunicativa contemporánea.

## **CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL**

El marco referencial permite ubicar la investigación dentro de un contexto más específico para que se permita comprender la relevancia y alcance del tema de investigación. Esto implica organizarlo de manera coherente y utilizarlo como base para construir una visión más clara y fundamentada del fenómeno que se pretende estudiar.

Según lo menciona Gallego, el marco referencial puede elaborarse a partir de distintas fuentes como la utilización de una teoría respaldada por evidencia suficiente y que sea pertinente a la investigación. También, la combinación de varias teorías que sean relevantes para el estudio, además de las variables significativas aplicables al tema. Y, por último, los hallazgos parciales que, aunque no se integren completamente con la teoría, aportan elementos valiosos para el análisis. (Gallego, 2018)

### **2.1. Estrategias de comunicación**

Las estrategias, especialmente en el ámbito de la comunicación, son acciones que responden a objetivos definidos y que buscan de alguna manera fortalecer el posicionamiento de algún medio. Estas acciones se pueden definir tanto internamente como en el lado externo, para adaptarse a las metas que se desean lograr. No solamente tiene como propósito consolidar la imagen, sino aportar una diferenciación en el mercado y alcanzar un posicionamiento que le dé al medio una ventaja competitiva.

Tal como lo menciona Bastidas, las estrategias consisten en acciones organizadas que se diseñan con base a metas y objetivos específicos. En el ámbito de la comunicación, las estrategias comprenden iniciativas que una organización lleva a cabo para fortalecer su posicionamiento. Pueden dirigirse tanto al público interno como externo, y se ajustan según las metas que desean alcanzar (Bastidas, 2015).

Picazo menciona que, la comunicación estratégica no solamente busca construir y consolidar la imagen de una organización, sino también contribuir a que se diferencie en el mercado y logre posicionarse con el fin de generar una ventaja competitiva (Salas et al., 2017).

Según Egas, las estrategias de comunicación cumplen con tres funciones principales: establecer las relaciones entre la organización y su entorno para evaluar si son las más adecuadas

y si están alineadas con sus objetivos y su misión; identificar los sistemas que más beneficien según el análisis del contexto empresarial; y, por último, servir como punto de partida para que los miembros de la organización puedan desarrollar una comunicación confiable y eficaz. (Egas et al., 2018)

En el contexto de la radio, se puede comprender que las estrategias de comunicación comprenden un conjunto de mensajes que la radio emite de manera intencionada a su audiencia meta con el propósito de comunicar su identidad, generar cercanía y fomentar la lealtad del oyente. Lo que se considera una herramienta clave de gestión de medios que debe aplicarse con cierto dinamismo o entretenimiento, planificación y precisión, apoyándose en una constante retroalimentación que permita ajustar el contenido y las formas de interacción según las respuestas que del público.

Egas define que las estrategias de comunicación abarcan un conjunto de mensajes que una organización, universidad o fundación transmite a un público específico con la finalidad de dar a conocer su misión y generar una conexión empática con ellos. Considera que es una herramienta clave de gestión, que debe aplicarse de manera dinámica, planificada y precisa, basada principalmente para tener una retroalimentación constante de las personas. (Egas et al., 2018)

Como lo describe Arellano, una estrategia de comunicación se fundamenta en un conjunto de principios estratégicos que buscan optimizar tanto la atención interna como externa que ofrece la organización a su equipo de trabajo y público objetivo. Por esta razón, se presta especial atención a la elección de mensajes coherentes, con el fin de que los colaboradores desempeñen sus funciones bajo una misma visión enfocada en la calidad, la innovación, el respeto, la participación, el desarrollo y la proactividad. (Arellano, 2008)

Las estrategias son herramientas importantes para dirigir acciones de forma inteligente y con una amplia visión, orientadas a resolver problemas específicos dentro de un campo determinado. Estos problemas se pueden entender como brechas entre la realidad actual y la situación ideal que se desea alcanzar según las expectativas definidas.

Para Ríos las estrategias de comunicación orientan de una manera inteligente, con una visión amplia y global las acciones destinadas a solucionar problemas identificados en un ámbito específico de la actividad humana. Estos problemas se conciben como diferencias o

contradicciones entre una situación actual y la situación ideal, es decir, entre lo que existe y lo que se espera lograr, según expectativas establecidas por algún proyecto social. La elaboración de estas estrategias requiere una articulación coherente entre los objetivos que se desean alcanzar y la metodología que se implementará para lograrlo. (Ríos et al., 2020)

Choquehuanca describe que, en el ámbito de la comunicación, las estrategias usualmente suelen abordarse, de forma general, como procesos más que como simples contenidos. Se entienden como planes con una intención clara, estructurados y organizados en etapas que orientan la toma de decisiones. Sin embargo, también se reconoce que estas estrategias pueden ser dinámicas y evolucionar, adaptándose a nuevas circunstancias y modificándose respecto al plan original. (Choquehuanca, 2023)

Las estrategias de comunicación y las redes sociales están estrechamente vinculadas, ya que estas plataformas se han convertido en canales clave para ejecutar y amplificar cualquier plan de comunicación. Estas definen qué se quiere decir, a quién se quiere llegar, con qué tono, en qué momento y con qué objetivos, mientras que las redes sociales ofrecen ideales espacios digitales para llevar ese mensaje a públicos específicos, de forma directa, entretenida y en tiempo real.

Ruiz define que las redes sociales brindan a las empresas la oportunidad de fortalecer sus marcas utilizando diversas estrategias de comunicación, especialmente mediante la creación y difusión de contenido que fomente una conexión cercana y personalizada con cada cliente (Ruiz, 2017).

Tal como lo menciona Rodríguez, es fundamental establecer lineamientos claros para la gestión y planificación de contenidos, donde se determine qué se va a comunicar, de qué forma y cuántos contenidos se publicarán según los horarios en cada red social. Esto debe basarse en un análisis previo de los momentos más adecuados para cada plataforma, considerando los hábitos y características del público meta (Rodríguez et al., 2015).

La pérdida de audiencia en los medios de comunicación tradicionales ha llevado a muchas emisoras a replantear sus estrategias para mantenerse vigentes y generar una conexión con el público actual. En este contexto, lo que se desea en el presente trabajo, es investigar las presentes estrategias de comunicación que está utilizando el programa Desde Buena Mañana de Diario Extra.

Cascales define que los principales medios y operadores de comunicación tradicionales, están experimentando una disminución en su audiencia, mientras que plataformas como Facebook, YouTube, Twitter, entre otras, continúan sumando millones de nuevos usuarios anualmente y registran un alto volumen de contenidos visualizados (Cascales et al., 2015).

## **2.2. Mercado meta**

Tal y como lo menciona Masis, el mercado meta es un conjunto particular de clientes en el que una organización concentra sus estrategias de mercadeo para responder a sus preferencias y requerimientos (Masis, 2022).

Esto se relaciona a nuestra presente investigación, ya que, en el periodismo, el público meta es un grupo en específico de personas al que se dirigen los contenidos informativos, editoriales o narrativos, tomando en consideración sus intereses, características sociales o edades, con el objetivo de generar impacto y conexión con la audiencia.

Mbawmbaw define que una institución u organización puede destacar frente a otras de distintas maneras, ya sea mediante una imagen más llamativa, un ambiente laboral más favorable o mejores condiciones de estudio, entre otros aspectos. En este sentido, el público actual o potencial tiende a valorar más a aquella entidad que brinda el mejor servicio dentro de su categoría, que funciona con eficiencia, proyecta una imagen positiva y se ajusta a sus expectativas. (Mbawmbaw, 2008)

## **2.3. Canales de comunicación**

Como lo expresa Rodríguez, los canales de comunicación están vinculados con los cinco sentidos, ya que un mensaje no se limita únicamente a lo que se dice o se lee. La correcta elección del canal por parte del emisor es fundamental para que el mensaje sea interpretado adecuadamente por el receptor (Rodríguez, 2007).

Lograr entender un mensaje, va más allá de solo las palabras que se leen o se escuchan en un medio de comunicación, es importante saber seleccionar un canal en el que se pueda llegar a comprender el mensaje de una manera efectiva y entretenida.

Prietto menciona que los canales de comunicación son los medios a través de los cuales el emisor transmite mensajes al receptor con el fin de entablar un tipo de comunicación. Además, permiten que el receptor pueda responder de forma inmediata (Prietto et al., 2023).

## **2.4. Objetivo estratégico**

Un objetivo estratégico es una meta puntual, que una organización o en este caso medio de comunicación, se propone alcanzar algo a mediano o largo plazo, con el propósito de que sus decisiones y acciones los guíe hacia un ámbito competitivo y sostenible. Estos objetivos están totalmente vinculados a la visión, misión y valores de la empresa, y buscan generar ventajas que permitan mejorar su posicionamiento frente a la audiencia.

Tal como lo menciona Garrido, la estrategia se entiende como un plan que integra los objetivos, las políticas y las acciones principales de una organización en un conjunto coherente. Funciona como una orientación teórica que influye en la ejecución de acciones encaminadas a alcanzar un objetivo determinado (Garrido, 2017).

Nacke sostiene que el plan estratégico debe orientarse al cumplimiento de objetivos alineados entre el corto, mediano y largo plazo, procurando alcanzarlos de la manera más eficiente y con el menor costo posible. Para eso, los objetivos estratégicos deben ser medibles, alcanzables tanto en cantidad como en la calidad, fáciles de entender motivadores, coherentes entre sí y preferiblemente redactados en un orden jerárquico. (Nacke et al., 2013)

## **2.5. Tipo de mensaje en una estrategia de comunicación**

Cardozo destaca que la estrategia de comunicación debe estar integrada en un plan de comunicaciones bien estructurado, alineado con el plan de negocios de la organización, de manera que otorgue coherencia a los esfuerzos por transmitir sus mensajes a los distintos públicos o mercados objetivos, tanto actuales o potenciales (Cardozo, 2017).

La comunicación masiva y los tipos de mensajes en una estrategia de comunicación están estrechamente relacionados, ya que los mensajes estratégicos son precisamente el contenido que se diseña para ser difundido y muchas veces es a través de medios masivos con el fin de alcanzar un público grande. La comunicación masiva actúa como el canal que permite amplificar los mensajes previamente planeados en una estrategia.

Golovina define que la comunicación masiva consiste en la transmisión sistemática de mensajes, apoyada en tecnologías modernas, dirigidas a un público amplio y disperso geográficamente, con el propósito de influir en sus percepciones, opiniones y comportamientos (Golovina, 2014).

## **2.6. Recursos económicos**

Los recursos económicos están directamente relacionados con una estrategia de comunicación, ya que son el soporte financiero que determina qué tan amplia, efectiva y creativa puede ser esta estrategia.

Tal como lo menciona García, se refiere como recursos económicos a aquellos activos que poseen cierto nivel de liquidez, incluyendo el dinero en efectivo, los créditos, los depósitos en instituciones financieras, las divisas y las inversiones en acciones y bonos (García et al., 2014).

Gallego describe que las opciones financieras disponibles en un mercado permiten diversificar las inversiones y contribuyen a mantener un equilibrio eficiente entre ingresos y egresos, así como a gestionar adecuadamente las posibles pérdidas y ganancias que puedan surgir de las distintas inversiones realizadas (Gallego et al., 2018).

## **2.7. Recursos humanos**

Cuando no existe una buena planificación del recurso humano, pueden surgir falta de competencia en el equipo de trabajo o sobrecargas, lo que afecta directamente la calidad, coherencia y eficacia de la estrategia de comunicación.

Mendoza cita que la planificación de recursos humanos consiste en anticipar y gestionar el ingreso, la movilidad interna y la salida del personal dentro de una organización. Su objetivo principal es emplear estos recursos de manera eficiente, ubicándolos en el lugar y momentos adecuados, con el fin de contribuir al logro de los objetivos de la organización (Mendoza et al., 2016).

Mendoza estima que, duplicar una ventaja competitiva basada en los recursos humanos suele tomar alrededor de siete años, y cuanto mayor sea la dificultad o el costo para imitar dicha ventaja, más va a durar. Por eso, las ventajas competitivas que se sustentan en los recursos humanos de una organización constituyen una fuente sólida y difícil de replicar a largo plazo (Mendoza et al., 2016).

## **2.8. Entretenimiento en la comunicación**

El entretenimiento en la radio es un elemento clave para atraer y mantener la atención de la audiencia. A través de formatos dinámicos, ya sea entrevistas o narrativas creativas, la gente logra crear una conexión emocional con el programa que consumen. En un entorno competitivo,

el entretenimiento se convierte en una estrategia comunicativa que permite diferenciarse y adaptarse a los intereses de diversos públicos.

Vega se refiere al entretenimiento como el propósito de captar la atención de un público específico con la finalidad de generar diversión. Se refiere a aquellas actividades diseñadas para ofrecer placer o momentos de relajación, buscando mantener el interés de los espectadores o participantes (Vega et al., 2013).

Como lo menciona Sánchez, el entretenimiento no es algo que ocurre de manera espontánea en nuestras vidas, a lo largo de la historia, los pueblos han desarrollado y repetido prácticas orientadas a generar diversión (Sánchez, 2022).

En la era digital, el protagonismo ha dejado de recaer únicamente en la tecnología como herramienta, y ha comenzado a enfocarse no solamente en la forma en la que se transmite el contenido, sino también en la manera que se percibe, se interpreta y se consume. Por lo que, se ha estrechado significativamente la relación entre comunicación y entretenimiento, al punto en que actualmente muchas estrategias comunicativas se desarrollan bajo una lógica de atracción emocional y experiencia interactiva.

Ripani lo menciona claramente cuando estima que, en la era digital el enfoque ha dejado de centrarse exclusivamente en la tecnología o las herramientas, para poner mayor atención en los efectos que estas están generando en la esencia misma de la comunicación audiovisual (Ripani, 2013).

Ramos afirma que, en la era digital el consumo se caracteriza por ser espontáneo, entretenido y transparente, permitiendo a los usuarios expresarse con más libertad. Estas interacciones se potencian mediante el uso de dispositivos móviles y redes sociales, que funcionan como canales de difusión instantánea de información y fomentan la participación activa a través de publicaciones, comentarios, quejas y hasta conversaciones entre los usuarios. (Ramos, 2016)

Ripani menciona que la cultura digital surge con formas novedosas de comunicación que transforman diversos aspectos de nuestra vida cotidiana. El ciberespacio promueve un tipo específico de vínculo entre las personas, sustentando en el deseo de una comunicación mutua y en la construcción de una inteligencia colectiva (Ripani, 2013).

La radio, a lo largo de su historia, se ha consolidado como uno de los medios de comunicación más influyentes y cercanos a la audiencia. A pesar de los cambios en el ecosistema mediático y el surgimiento de nuevas plataformas digitales, este medio sigue siendo una herramienta de información, entretenimiento y compañía para miles de personas. Su capacidad para adaptarse a las distintas épocas y contextos socioculturales le ha permitido mantenerse vigente, demostrando que la radio no ha perdido su esencia, sino que ha evolucionado junto con las necesidades de sus oyentes.

En la actualidad, el consumo mediático se encuentra marcado por la inmediatez y la interactividad. La competencia ya no solo proviene de otras emisoras radiales, sino también de plataformas digitales, podcasts, servicios de streaming y redes sociales. En este contexto, la radio enfrenta el reto de reinventarse constantemente para seguir siendo atractiva, tanto para las nuevas generaciones como para sus públicos tradicionales. Esto exige no solo contenidos innovadores, sino también formatos dinámicos y estrategias comunicativas que logren conectar con la audiencia en un entorno saturado de información.

En este marco, es fundamental profundizar en los requisitos que la radio contemporánea debe cumplir para captar la atención y fidelidad de su audiencia. Analizar estos aspectos permitirá no solo entender cómo se construye un producto radial atractivo, sino también cuáles son los elementos indispensables que garantizan su vigencia frente a la amplia oferta mediática actual. A continuación, se abordarán dichos requisitos, entendidos como las condiciones esenciales que toda emisora o programa debe considerar para resultar competitivo, innovador y cercano a su público.

## **2.9. La radio, medio de expresión**

Según Balsebre, desde la creación de la primera emisora con programación regular (KDKA, Pittsburgh, EE. UU., 1920) hasta la actualidad, los estudios sobre la radio se han enfocado principalmente en analizar su papel comunicativo. Esto incluye su impacto social y político, su uso como herramienta de propaganda en la Europa de entreguerras, o como vehículo de publicidad comercial durante la “edad dorada” de los años 30 y 40 en Estados Unidos. (Balsebre, 1996, p. 11)

También, menciona que se ha investigado la naturaleza de los mensajes transmitidos, considerando los efectos y gratificaciones que generan en las audiencias, así como fenómenos sociológicos como la radio de servicio o de compañía. Estas aproximaciones han servido como guía a las emisoras para definir géneros y formatos en su programación, con el fin de maximizar

tanto la rentabilidad comercial como la política en relación con el público al que se dirigen. (Balsebre, 1996, p. 12)

Desde que nació la radio, la mayoría de los estudios se han enfocado en cómo funciona como medio de comunicación: su influencia en la sociedad, en la política y en la publicidad, además de cómo afecta a la gente que la escucha. Gracias a esas investigaciones, las emisoras han podido decidir qué tipo de programas o formatos ofrecer para obtener más beneficios.

### **2.10. El lenguaje radiofónico**

¿Se puede hablar de un lenguaje propio de la radio? ¿Cuenta realmente con un código específico? Balsebre explica que, aunque pueda parecer contradictorio, todavía hoy algunos sectores del pensamiento intelectual que analizan la comunicación de masas sostienen que medios como el cine o la radio no pueden considerarse lenguajes en sentido estricto, pues carecen de un sistema articulado de reglas (Balsebre, 1996, p. 17).

Balsebre expresa que esta postura parte de una visión centrada en lo vocal, como si el valor expresivo de la radio, el cine o la televisión se limitará a transmitir la palabra hablada, sin reconocer que en realidad sí poseen códigos y normas de expresión propios que configuran verdaderos lenguajes (Balsebre, 1996, p. 17).

### **2.11. El mensaje sonoro en la radio**

Como lo cita Balsebre, el sonido puede entenderse como cualquier ruido organizado o clasificado dentro de una cadena con sentido. Bajo esta idea general, al acercarnos a la definición del sistema semiótico de la radio, los mensajes sonoros se conciben como una secuencia ordenada, constante y con significado de “ruidos” producidos por voces, instrumentos musicales o elementos de la naturaleza, los cuales se estructuran según los códigos y repertorios propios del lenguaje radiofónico. (Balsebre, 1996, p. 27)

En la radio el sonido no es solo ruido, sino que se organiza y clasifica para transmitir mensajes con sentido. Esos sonidos pueden venir de personas, música o la naturaleza, pero adquieren significado porque siguen los códigos propios del lenguaje radiofónico.

### **2.12. El “color” de la palabra**

Desde el punto de vista de Balsebre, el timbre, el tono y la intensidad del sonido de la palabra están estrechamente relacionados, y juntos generan lo que se puede llamar el “color de la

palabra”, que es la percepción global de esta combinación. El timbre, en particular, depende de tres elementos: la composición espectral, la forma de los ataques y las desapariciones del sonido, y la cantidad y distribución de las zonas formánticas. (Balsebre, 1996, p. 46)

Los cambios en el timbre, que hacen que un sonido sea diferente de otro, se deben a variaciones en estas zonas formánticas o en los armónicos. Por su parte, la frecuencia o tono fundamental es un factor clave, por ejemplo, para distinguir entre voces masculinas y femeninas (Balsebre, 1996, p. 46).

El “color” de la palabra, o cómo percibimos su sonido, depende de la combinación de timbre, tono e intensidad. El timbre según lo mencionado anteriormente se define por la composición del sonido, cómo empieza y termina, y la distribución de sus frecuencias, y las diferencias en estos elementos hacen que cada sonido sea único.

De igual manera, Balsebre lo explica en su libro, que la musicalidad de la palabra en la radio y su significado lingüístico están determinados en conjunto por la entonación o melodía. La variación melódica que adopta la voz al pronunciar palabras y frases refleja la actitud psicológica del hablante y comunica aspectos del mensaje que no se expresan de manera explícita (Balsebre, 1996, p. 57).

### **2.13. Valor específico de la música en la radio**

Balsebre señala que la forma en que percibimos los sonidos musicales genera una variedad de sensaciones. La música, como creadora de imágenes auditivas, encuentra en la radio su espacio ideal para resonar y ser plenamente apreciada (Balsebre, 1996, p. 89).

La radio, según Uriarte Domínguez, conserva un valor singular por su capacidad para humanizar la información y crear vínculos íntimos con el oyente; por ello, uno de los requisitos indispensables para resultar atractiva es la conciencia del compromiso comunicativo: acercarse a la audiencia con respeto, claridad y humildad, evitando el lucimiento personal del locutor y priorizando la función social del medio. El autor enfatiza que la radio debe entenderse como un instrumento de animación sociocultural y educación popular, no sólo como entretenimiento, y que esa intención orienta tanto el tono como la selección de contenidos y formatos. (Domínguez, 2017, pp. 47, 76, 83, 101)

La interactividad y la bidireccionalidad aparecen como otro eje que el libro señala como esencial para la radio moderna. Uriarte subraya la diferencia entre una comunicación meramente unidireccional y una que busca retroalimentación: programas que propicien la participación del público, que escuchan y responden, hacen a la radio “más viva y dinámica”. La participación puede articularse mediante llamadas, redes sociales, encuestas o contenido generado por oyentes; esta apertura refuerza el sentido de pertenencia y la fidelización. (Domínguez, 2017, pp. 47, 76, 83, 101)

## CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

En toda investigación científica es imprescindible contar con una metodología que permita desarrollar de manera sistemática el estudio planteado. Por esta razón, el investigador debe seleccionar una línea metodológica que sea coherente con los objetivos y fundamentos teóricos del trabajo, ya que dicha elección se encuentra estrechamente vinculada al marco teórico.

Según Azuero, el marco metodológico comprende el conjunto de pasos orientados a explicar y examinar en profundidad el problema de la investigación, mediante procedimientos específicos que abarcan técnicas de observación y recopilación de información. El propósito es establecer de qué manera se va a llevar a cabo el estudio, lo que implica traducir en acciones prácticas los conceptos y componentes del problema a investigar. (Azuero, 2018)

### 3.1. Tipo de diseño

Para analizar de manera integral las estrategias de comunicación implementadas en el programa radial Desde Buena Mañana de Radio Extra, se opta por un enfoque mixto de investigación. Esta elección metodológica responde a la necesidad de comprender no sólo los datos cuantificables sobre la audiencia, canales y frecuencia de interacción, sino también las percepciones, motivaciones y valoraciones subjetivas de quienes producen y consumen el contenido del programa.

El cual según Hernández: “El enfoque mixto logra una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno, ayuda a formular el planteamiento del problema con mayor claridad, produce datos más ricos y variados, potencia la creatividad teórica, apoya con mayor solidez las inferencias científicas” (Hernández et al., 2006, p. 534).

En el caso particular de esta investigación, el componente cuantitativo permitirá identificar y analizar datos como la frecuencia de participación de la audiencia, los canales de difusión más utilizados y los niveles de interacción digital. Por su parte, el componente cualitativo se enfocará en explorar, mediante entrevistas y análisis de contenido, los enfoques comunicacionales, los discursos emitidos y la percepción que tienen los actores clave (conductores, oyentes, productores) sobre la efectividad del programa.

El uso de un enfoque mixto, por tanto, no solo enriquece los hallazgos, sino que fortalece la validez interna y contextualiza los resultados, permitiendo un análisis más profundo de cómo el programa Desde Buena Mañana articula sus estrategias comunicativas en el contexto de la radio costarricense actual.

Además del diseño mixto específico, es importante tener en cuenta que, según el tipo de investigación que se realice, puede predominar más el componente cualitativo o cuantitativo, mostrando una preferencia particular. En términos generales, en este caso destaca el enfoque cualitativo debido a que la investigación se realiza de manera profunda en varios aspectos para cumplir con los objetivos planteados.

### **3.2. Tipo de investigación**

El tipo de investigación que se aplicará en esta tesis sobre el análisis de las estrategias de comunicación utilizadas en el programa Desde Buena Mañana producido por Radio-Extra es descriptivo. Este tipo de investigación se enfoca en describir y detallar las características específicas de las estrategias de comunicación que utiliza el programa Desde Buena Mañana para llegar a su audiencia.

Se busca responder preguntas como: ¿Cuáles son las principales estrategias comunicativas que emplea el programa? ¿Qué canales y formatos utiliza para transmitir sus mensajes? ¿Cómo interactúa el programa con su público? ¿Qué características tiene la audiencia a la que se dirige?

Mediante técnicas como encuestas, entrevistas a productores o análisis de contenidos, se recogen datos que permiten conocer con precisión cómo funciona la comunicación en el programa.

Según señala Hernández “La investigación descriptiva tiene como objetivo principal la descripción de las características de un fenómeno, población o grupo, sin que el investigador manipule las variables de estudio. Se limita a observar y registrar tal como se presentan” (Hernández et al., 2006, pp. 92-93).

Esta descripción detallada ayuda a identificar fortalezas y posibles áreas de mejora, y sirve de base para futuras investigaciones que puedan analizar el impacto o eficacia de estas estrategias.

### 3.3. Fuentes de información

Las fuentes de información son materiales tanto primarias como secundarias, las cuales se describirán más adelante en el presente documento. Estas ofrecen datos o evidencias que facilitan el acceso a cualquier tipo de conocimiento.

Rodríguez define que las fuentes de información son recursos, ya sean originales o procesados, que proporcionan información o testimonios y permiten acceder a algún tipo de conocimiento, sin importar cual sea (Rodríguez et al., 2004).

**Cuadro No.1**

Nombre	Profesión	Organización	Tipos de fuentes
Primaria: Henry Rodríguez	Periodista	Periodista del programa Desde Buena Mañana	Datos acerca de la estrategia de comunicación del programa
Primaria: Ángelo Sánchez	Periodista	Periodista del programa Desde Buena Mañana	Datos acerca de la estrategia de comunicación del programa
Primaria: Angie Cantillo	Periodista	Periodista del programa Desde Buena Mañana	Documentos, opinión de estrategias
Primaria: Lorena Bogantes	Periodista	Periodista del programa Desde Buena Mañana	Documentos, opinión de estrategias
Primaria: Daniel Calvo	Controlista	Controlista de Extra-TV	Producción y diseño del programa
Primaria: Francisco León	Periodista	Productor de Extra-TV	Documentos, opinión de estrategias

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

## Cuadro No.2

### Corpus discursivo de análisis

Fecha	Medio de comunicación	Título	Link
11/11/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 11 de noviembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-11-de-no-viembre-de-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-11-de-no-viembre-de-2024/</a>
12/11/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 12 de noviembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-12-noviembre-de-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-12-noviembre-de-2024/</a>
13/11/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 13 de noviembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-13-de-noviembre-de-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-13-de-noviembre-de-2024/</a>
14/11/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 14 de noviembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-14-de-noviembre-de-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-14-de-noviembre-de-2024/</a>
15/11/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 15 de noviembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-15-de-noviembre-de-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-15-de-noviembre-de-2024/</a>
18/11/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 18 de noviembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-18-de-noviembre-de-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-18-de-noviembre-de-2024/</a>
19/11/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 19 de noviembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-19-de-noviembre-de-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-19-de-noviembre-de-2024/</a>
20/11/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 20 de noviembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-20-de-noviembre-de-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-20-de-noviembre-de-2024/</a>
21/11/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 21 de	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-21-de-noviembre-de-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-21-de-noviembre-de-2024/</a>

		noviembre de 2024	
22/11/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 22 de noviembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-22-de-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-22-de-del-2024/</a>
25/11/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 25 de noviembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-01-de-enero-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-01-de-enero-del-2024/</a>
26/11/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 26 de noviembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-26-de-noviembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-26-de-noviembre-del-2024/</a>
27/11/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles de noviembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-27-de-noviembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-27-de-noviembre-del-2024/</a>
28/11/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 28 de noviembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-28-de-noviembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-28-de-noviembre-del-2024/</a>
29/11/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 29 de noviembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-29-de-noviembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-29-de-noviembre-del-2024/</a>
02/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 02 de noviembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-02-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-02-de-diciembre-del-2024/</a>
03/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 03 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-3-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-3-de-diciembre-del-2024/</a>
04/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 04 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-4-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-4-de-diciembre-del-2024/</a>
05/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 05 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-05-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-05-de-diciembre-del-2024/</a>

06/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 06 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/extra-noticias-cercania-y-actualidad-programa-del-viernes-06-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/extra-noticias-cercania-y-actualidad-programa-del-viernes-06-de-diciembre-del-2024/</a>
09/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 09 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-09-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-09-de-diciembre-del-2024/</a>
10/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 10 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-10-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-10-de-diciembre-del-2024/</a>
11/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 11 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-11-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-11-de-diciembre-del-2024/</a>
12/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 12 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-12-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-12-de-diciembre-del-2024/</a>
13/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 13 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/buena-manana-programa-del-viernes-13-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/buena-manana-programa-del-viernes-13-de-diciembre-del-2024/</a>
17/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 17 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-17-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-17-de-diciembre-del-2024/</a>
18/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-18-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-18-de-diciembre-del-2024/</a>
19/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 19 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-19-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-19-de-diciembre-del-2024/</a>
20/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 20 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-01-de-enero-del-2024-2/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-01-de-enero-del-2024-2/</a>
23/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana:	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-23-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-23-de-diciembre-del-2024/</a>

		Programa del lunes 23 de diciembre de 2024	
24/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 24 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-24-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-24-de-diciembre-del-2024/</a>
26/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-26-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-26-de-diciembre-del-2024/</a>
27/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 27 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-27-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-27-de-diciembre-del-2024/</a>
30/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 30 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-30-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-30-de-diciembre-del-2024/</a>
31/12/2024	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 31 de diciembre de 2024	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-31-de-diciembre-del-2024/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-31-de-diciembre-del-2024/</a>
02/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 02 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-02-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-02-de-enero-del-2025/</a>
03/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 03 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-03-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-03-de-enero-del-2025/</a>
06/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 06 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-06-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-06-de-enero-del-2025/</a>
07/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 07 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-07-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-07-de-enero-del-2025/</a>
08/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 08 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-08-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-08-de-enero-del-2025/</a>
09/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana:	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-09-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-09-de-enero-del-2025/</a>

		Programa del jueves 09 de enero de 2025	
10/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 10 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-10-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-10-de-enero-del-2025/</a>
13/01/2025	Diario Extra	Extra-Noticias: Cercanía y actualidad programa del lunes 13 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/extra-noticias-cercania-y-actualidad-programa-del-lunes-13-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/extra-noticias-cercania-y-actualidad-programa-del-lunes-13-de-enero-del-2025/</a>
14/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 14 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-14-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-14-de-enero-del-2025/</a>
15/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 15 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-15-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-15-de-enero-del-2025/</a>
17/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 16 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-17-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-17-de-enero-del-2025/</a>
20/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 20 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-20-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-20-de-enero-del-2025/</a>
21/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 21 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-21-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-21-de-enero-del-2025/</a>
22/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 22 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-22-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-22-de-enero-del-2025/</a>
23/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 23 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-23-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-23-de-enero-del-2025/</a>
24/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 24 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-24-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-24-de-enero-del-2025/</a>
27/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 27 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-27-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-27-de-enero-del-2025/</a>
28/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana:	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-28-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-28-de-enero-del-2025/</a>

		Programa del martes 28 de enero de 2025	
29/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 29 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-29-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-29-de-enero-del-2025/</a>
30/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 30 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-30-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-30-de-enero-del-2025/</a>
31/01/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 31 de enero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-31-de-enero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-31-de-enero-del-2025/</a>
03/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 03 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-03-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-03-de-febrero-del-2025/</a>
04/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 04 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-04-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-04-de-febrero-del-2025/</a>
05/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 05 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-05-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-05-de-febrero-del-2025/</a>
06/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 06 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-06-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-06-de-febrero-del-2025/</a>
07/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 07 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-07-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-07-de-febrero-del-2025/</a>
10/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 10 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-10-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-10-de-febrero-del-2025/</a>
11/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 11 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-11-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-11-de-febrero-del-2025/</a>
12/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 12 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-12-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-12-de-febrero-del-2025/</a>
13/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-13-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-13-de-febrero-del-2025/</a>

		jueves 13 de febrero de 2025	
14/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 14 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-14-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-14-de-febrero-del-2025/</a>
17/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 17 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-17-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-17-de-febrero-del-2025/</a>
18/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 18 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-18-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-18-de-febrero-del-2025/</a>
19/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 19 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-18-de-febrero-del-2025-2/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-18-de-febrero-del-2025-2/</a>
21/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 21 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-virnes-21-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-virnes-21-de-febrero-del-2025/</a>
24/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 24 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-24-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-24-de-febrero-del-2025/</a>
25/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 25 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-25-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-25-de-febrero-del-2025/</a>
26/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-26-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-26-de-febrero-del-2025/</a>
27/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 27 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-27-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-27-de-febrero-del-2025/</a>
28/02/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 28 de febrero de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-28-de-febrero-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-28-de-febrero-del-2025/</a>
03/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 03 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-03-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-03-de-marzo-del-2025/</a>
04/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-04-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-04-de-marzo-del-2025/</a>

		martes 04 de marzo de 2025	
05/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 05 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-05-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-05-de-marzo-del-2025/</a>
06/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 06 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-06-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-06-de-marzo-del-2025/</a>
07/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 07 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-07-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-07-de-marzo-del-2025/</a>
10/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 10 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-10-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-10-de-marzo-del-2025/</a>
11/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 11 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-11-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-11-de-marzo-del-2025/</a>
12/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 12 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-12-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-12-de-marzo-del-2025/</a>
13/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 13 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-13-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-13-de-marzo-del-2025/</a>
14/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 14 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-14-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-14-de-marzo-del-2025/</a>
17/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 17 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-17-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-17-de-marzo-del-2025/</a>
18/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 18 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-18-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-18-de-marzo-del-2025/</a>
19/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 19 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-19-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-19-de-marzo-del-2025/</a>
20/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-20-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-20-de-marzo-del-2025/</a>

		jueves 20 de marzo de 2025	
21/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 21 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-21-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-21-de-marzo-del-2025/</a>
24/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 24 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-24-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-24-de-marzo-del-2025/</a>
25/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 25 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-25-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-25-de-marzo-del-2025/</a>
26/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 26 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-26-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-26-de-marzo-del-2025/</a>
27/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 27 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-26-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-26-de-marzo-del-2025/</a>
28/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 28 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-28-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-28-de-marzo-del-2025/</a>
31/03/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 31 de marzo de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-31-de-marzo-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-31-de-marzo-del-2025/</a>
01/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 01 de abril de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-01-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-01-de-abril-del-2025/</a>
03/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 03 de abril de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-03-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-03-de-abril-del-2025/</a>
04/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 04 de abril de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-04-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-04-de-abril-del-2025/</a>
07/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 07 de abril de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-07-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-07-de-abril-del-2025/</a>
08/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-08-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-08-de-abril-del-2025/</a>

		martes 08 de abril de 2025	
09/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 09 de abril de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-09-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-09-de-abril-del-2025/</a>
10/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 10 de abril de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-10-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-10-de-abril-del-2025/</a>
11/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del viernes 11 de abril de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-11-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-viernes-11-de-abril-del-2025/</a>
14/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 14 de abril de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-14-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-14-de-abril-del-2025/</a>
15/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 15 de abril de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-16-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-16-de-abril-del-2025/</a>
16/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 16 de abril de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-16-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-16-de-abril-del-2025/</a>
21/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del lunes 21 de abril de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-21-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-lunes-21-de-abril-del-2025/</a>
22/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 22 de abril de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-22-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-22-de-abril-del-2025/</a>
23/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del miércoles 23 de abril de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-23-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-23-de-abril-del-2025/</a>
24/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del jueves 24 de abril de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-24-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-jueves-24-de-abril-del-2025/</a>
29/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del martes 29 de abril de 2025	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-29-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-martes-29-de-abril-del-2025/</a>
30/04/2025	Diario Extra	Desde Buena Mañana: Programa del	<a href="https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-30-de-abril-del-2025/">https://www.extraradiocr.com/video/desde-buena-manana-programa-del-miercoles-30-de-abril-del-2025/</a>

		miércoles 30 de abril de 2025	
--	--	----------------------------------	--

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

En el siguiente apartado se detallarán las fuentes de información empleadas en el presente estudio de investigación, las cuales son contactos directos como colaboradores del programa Desde Buena Mañana, que pueden incluir tanto informes institucionales como entrevistas a profundidad.

### ***3.3.1 Fuentes primarias***

Según Hernández, en todas las disciplinas del conocimiento, las fuentes primarias más empleadas para construir marcos teóricos, pueden ser libros, artículos de revistas científicas y ponencias. Principalmente porque estas fuentes organizan la información de manera más estructurada, abordan los temas con mayor profundidad y poseen un alto grado de especialización (Hernández et al., 2006).

Entre estas fuentes primarias se incluirá la información obtenida a partir de entrevistas estructuradas y a profundidad realizadas a los colaboradores del programa, quienes son especialistas en el área de las estrategias de comunicación.

### ***3.3.2. Fuentes secundarias***

A través de las fuentes secundarias es posible ver diferentes enfoques y obtener una visión más completa o específica sobre un tema en particular, lo que enriquece la interpretación que se le puede dar.

Según lo describe Hernández, las fuentes secundarias son parte del proceso de revisión de la literatura y construcción del marco teórico y reconoce que estas fuentes secundarias también forman parte del proceso investigativo (Hernández et al., 2006).

## **3.4. Delimitación de la población (muestra o población)**

Para este apartado se realizará un análisis de la población, del presente tema a investigar, el cual tiene como fin identificar las estrategias de comunicación utilizadas por el programa Desde Buena Mañana y se abordará una muestra a partir de los programas publicados de noviembre del 2024 a abril del 2025.

### **3.5. Tipo de muestreo**

Al momento de elegir la muestra es importante considerar, que sea representativa para poder generalizar los resultados al total de la población y que sea un tamaño suficiente para garantizar dicha representatividad.

Barraza plantea que, al seleccionar la muestra es necesario tener en cuenta dos aspectos claves, por un lado, la representatividad que permita generalizar los resultados del estudio al conjunto de la población, y, por otro lado, el tamaño, que asegure esa representatividad (Barraza, 2021).

Para esta investigación se va a usar una muestra no probabilística. Esto según Hernández implica un proceso de selección guiado principalmente por las características del estudio, en lugar de basarse en criterios estadísticos para generalizar los resultados (Hernández et al., 2006).

### **3.6. Muestra de expertos**

Este estudio al ser mixto, la inclusión de personas expertas resulta clave, ya que sus aportes cualitativos permiten comprender con mayor facilidad y profundidad los procesos comunicativos y de entretenimiento del programa. Además, contribuye a enriquecer la fase exploratoria del presente estudio y facilita la construcción de instrumentos cuantitativos más precisos dirigidos al público meta.

Hernández menciona que en algunos estudios resulta fundamental contar con la opinión de personas expertas en un tema específico. Este tipo de muestras es común en investigaciones cualitativas y exploratorias, ya que contribuyen a generar hipótesis más precisas y además sirven como base para la elaboración de cuestionarios (Hernández et al., 2006),

### **3.7. Fase de recolección de datos**

#### ***3.7.1. Instrumentos de recolección de información***

Se emplearán como herramientas para la recopilación de datos el análisis de contenido y la entrevista a profundidad. Estos instrumentos permiten llevar a la práctica los objetivos planteados en la investigación, facilitando así la obtención de resultados confiables.

### ***3.7.2. Análisis de contenido***

El análisis de contenido funciona como una herramienta clave para recoger información de manera sistemática a partir de los productos comunicativos emitidos por el programa, como las transmisiones radiales, piezas gráficas, guiones, y recursos visuales usados en redes sociales.

Esta técnica permite transformar mensajes en datos analíticos a través de una lectura estructurada que no se queda en lo superficial del contenido, sino que se adentra en lo que los mensajes dicen y también en lo que comunican implícitamente.

De acuerdo con Abella, el análisis de contenido, “se caracteriza por combinar la observación y producción de los datos con su interpretación. Esta técnica permite captar tanto el contenido manifiesto como el sentido latente de un texto o imagen” (Abella, 2019, p.2).

Este tipo de análisis no se limita a recopilar información como lo haría un cuestionario o una entrevista; más bien, integra la observación y la interpretación de los mensajes. En tu caso, esto implica que los discursos, formatos visuales, tonos comunicacionales y estructuras narrativas del programa no solo serán observados, sino también interpretados críticamente para entender las estrategias comunicativas que hay detrás

Finalmente se puede señalar que Ruiz define el análisis de contenido como: “una técnica de investigación destinada a formular inferencias válidas a partir de textos y artefactos comunicativos, mediante procedimientos sistemáticos, objetivos y reproducibles” (Ruiz, 2021, pp. 2-3).

Con el propósito de profundizar en el análisis de contenido sobre el programa Desde Buena Mañana, a continuación se presenta una tabla en la que se detalla los aspectos próximos a evaluar, como lo son: el contenido del programa y las normas o características propias del lenguaje radiofónico expuestas anteriormente en el marco referencial.

Este instrumento permite evidenciar cómo funciona el programa no solamente con el contenido que se transmite al público, ya sea de manera visual, narrativa o comunicativa, sino también, los recursos que utilizan o no, y cómo lo emplean para la producción y diseño del programa.

### ***3.7.3. Entrevista a profundidad***

La siguiente etapa de esta investigación se centra en la definición de los instrumentos de recolección de información necesarios para analizar las estrategias de comunicación y los procesos de diseño empleados por el programa Desde Buena Mañana durante el periodo comprendido entre noviembre de 2024 y abril de 2025. Para ello, se emplearán dos técnicas fundamentales: la entrevista a profundidad, el análisis documental (a través de fichas documentales).

Estos instrumentos permitirán obtener datos clave que contribuirán al cumplimiento de los objetivos planteados, proporcionando una visión integral tanto del enfoque comunicativo del programa como de los elementos visuales y discursivos que conforman su propuesta.

En cuanto a la herramienta de la entrevista, mencionada por Hernández se define como: “una herramienta esencial en la investigación cualitativa, ya que permite comprender las experiencias, percepciones y significados que los participantes otorgan a determinados fenómenos sociales” (Hernández et al., 2006, p. 206).

Esto permite acceder al mundo interno del entrevistado para comprender cómo interpreta y experimenta determinados fenómenos sociales.

A través de un diálogo flexible y abierto, el investigador crea un ambiente de confianza que favorece la expresión auténtica del participante. Esta entrevista no sigue una estructura rígida, sino que fluye de manera natural, guiada por preguntas que van de lo general a lo específico, lo que facilita obtener respuestas detalladas, reflexivas y cargadas de significado.

Su utilidad radica en la capacidad de revelar sentidos ocultos o profundos del comportamiento y la comunicación humana, lo cual es especialmente relevante en estudios como el análisis de estrategias comunicacionales en medios de comunicación.

Para el desarrollo de esta investigación se utilizará la entrevista en profundidad como técnica principal, dirigida a personas con conocimientos especializados en el tema. Este tipo de entrevista permite explorar a fondo aspectos relevantes mediante un formato de preguntas abiertas, lo que facilita que el entrevistado se exprese con libertad y profundidad sobre los temas abordados.

También menciona que: “esta técnica busca generar un clima de confianza, propiciar respuestas extensas y ricas en contenido, y captar tanto los aspectos verbales como los no verbales

de la comunicación, siendo ideal para abordar fenómenos complejos como los procesos comunicacionales en medios de comunicación” (Hernández et al., 2006, p. 206).

### 3.8. Cuadro de operacionalización

Objetivo específico	Variable	Indicador	Definición instrumental
<p>Analizar los canales de comunicación empleados por el programa Desde Buena Mañana para la difusión de sus contenidos.</p>	<p>Canales de comunicación</p>	<p>Tipo de canal de comunicación más utilizado por el público.                      Número de canales de comunicación a través de los cuales se distribuye el programa.</p> <p>Cantidad de interacciones en cada canal de comunicación.                      Frecuencia de publicación de contenido del programa en cada canal.</p> <p>Número de audiencia en cada canal de comunicación.</p> <p>Duración promedio del consumo del programa.</p> <p>Frecuencia de mensajes privados como retroalimentación por cada canal de comunicación.                      Promedio del tiempo de respuesta del equipo del programa ante interacciones del público.</p>	<p>Entrevista a profundidad</p>

<p>Describir los procesos de creación y diseño del programa Desde Buena Mañana considerando sus objetivos de entretenimiento</p>	<p>Procesos de creación y diseño</p>	<p>Porcentaje de tiempo dedicado a cada sección del programa.</p> <p>Número de personas involucradas en la creación y diseño.</p> <p>Presencia de una línea editorial o guion antes de la transmisión.</p> <p>Cantidad de temas nuevos propuestos semanalmente.</p> <p>Frecuencia con la que se actualizan las secciones del programa.</p> <p>Variación de contenido según el día de la semana.</p> <p>Duración promedio del proceso de planificación previa antes de salir al aire.</p> <p>Frecuencia de reuniones de producción realizadas para diseñar el contenido.</p> <p>Porcentaje de contenido generado en respuesta de la audiencia.</p> <p>Tipo de fuentes de información utilizadas para construir los contenidos.</p> <p>Número de recursos humanos. Cantidad de recursos técnicos y humanos utilizados.</p>	<p>Análisis de contenido</p>
--	--------------------------------------	--	------------------------------

<p>Analizar la efectividad de los recursos sonoros, visuales y narrativos utilizados por el programa para captar la atención del público meta</p>	<p>Efectividad de recursos</p>	<p>Porcentaje de oyentes que acceden al programa por cada canal de comunicación.</p> <p>Porcentaje de contenido que incorpora recursos visuales, sonoros, etc.</p> <p>Presencia de recursos multimedia en las distintas plataformas del programa.</p> <p>Variación en las respuestas del público ante el uso de recursos comunicativos.</p> <p>Promedio de interacciones generadas por publicaciones que incluyen recursos visuales y las que no.</p> <p>Cantidad de veces en el programa que se cuentan historias personales.</p> <p>Número de veces que el programa utiliza el mismo recurso en diferentes secciones.</p> <p>Tipo de sección que más recuerda la audiencia después de consumir el programa.</p> <p>Tipo de recurso que el equipo de producción considera más para captar la atención.</p>	<p>Análisis de contenido</p>
---	--------------------------------	---	------------------------------

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

## **CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

El presente capítulo se centra en el análisis de los resultados obtenidos a partir del trabajo de campo y la aplicación de los instrumentos de investigación, con el propósito de comprender de manera integral las estrategias de comunicación y las herramientas digitales empleadas por el programa Desde Buena Mañana en sus procesos de producción y diseño.

A partir de la información recolectada mediante entrevistas, observación y análisis de contenidos, se busca identificar cómo la emisora integra recursos sonoros, visuales y narrativos en el producto comunicativo, así como evaluar su efectividad en la interacción con la audiencia y en la construcción de una identidad que une la parte de entretenimiento y la difusión de información. Este análisis permitirá establecer una relación entre la teoría expuesta en capítulos anteriores y las prácticas comunicativas reales de la emisora.

### **4.1. Estrategias de comunicación con el fin de ser más efectivos en el entretenimiento**

El análisis de las estrategias de comunicación empleadas por el programa Desde Buena Mañana busca identificar las acciones y recursos que le permiten combinar la información con el entretenimiento de manera efectiva. Este objetivo parte del reconocimiento de que la radio actual debe ir más allá de transmitir noticias, apostando por un enfoque dinámico, participativo y cercano al oyente. Estudiar estas estrategias permite comprender cómo Desde Buena Mañana adapta su estilo comunicativo para mantener el interés del público y fortalecer su vínculo emocional con la audiencia.

Al entrevistar a la periodista Angie Cantillo, quien fue parte del programa en la mayoría de los meses que se investigan en este trabajo, destacó que con el objetivo de entretener e informar al público, la estrategia desde el principio de Desde Buena Mañana siempre se mantuvo ligada a que el público se quedará en el programa por la espontaneidad de todos. Cantillo mencionó:

Nos decíamos: “bueno, el reto es enganchar a la gente a estas voces nuevas”, y desde un principio la estrategia fue esa, cuando empezaron a llegar los primeros mensajes, lo que la gente nos repetía mucho era: “los escuché por primera vez y me quedé porque son muy espontáneos”. Porque a veces decíamos: “¿será que deberíamos de ponerle un tono más serio al programa o un poco más formal?”. Pero no, cuando teníamos entrevistas de

asesinatos, de femicidios, de economía, se tomaba con la seriedad que se debía. Pero siempre se hacía un comentario espontáneo que rompía como esa sequedad que a veces tienen un poco los noticieros. (A. Cantillo, comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

El periodista y director de Desde Buena Mañana Henry Rodríguez, fue consciente de que la herramienta que más utilizan para generar fidelidad es la comunicación directa con el oyente.

La herramienta que más utilizamos para generar fidelidad es la comunicación directa con el oyente. Desde el momento en el que el oyente se siente parte del programa, que llama, opina, reclama, propone, sentimos que desarrollamos una idea nuestra de hacer una radio de doble vía: De aquí para allá y de allá para acá (comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

El director también comentó: “Otras herramientas se basan en concursos esporádicos y la invitación a 10 oyentes cada mes para que vengan a conocer nuestros estudios, un desayuno con oyentes” (H. Rodríguez, comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

El programa no siguió una estrategia formal escrita, sino que se construyó a partir de un principio fundamental: la radio es para la gente, y quienes la hacen también forman parte de ella. Este enfoque permitió una comunicación auténtica y cercana con la audiencia, fortalecida además por la conexión natural y la buena química entre sus fundadores. Angie Cantillo argumentó lo siguiente:

Una estrategia como tal en papel, no existió nunca. Sino que cuando se estaba fundando el programa, Henry, Anyelo y yo, que fuimos los que lo vieron nacer; siempre Henry nos decía que la radio es para la gente, y nosotros somos parte de esa gente. Y nos quedó claro el concepto, y aparte nos ayudó muchísimo que hubo una muy buena conexión entre los tres (A. Cantillo, comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

Para Cantillo, la naturalidad siempre fue la clave para conectar con el público, no necesitaron indicaciones rígidas con respecto a qué debía decir cada quien, y que algunas

conversaciones siempre surgían con espontaneidad y que eso, es lo que busca la gente, cercanía. La periodista agregó:

No necesitábamos decir “diga usted esto y usted lo otro”. De repente yo veía una noticia de unas multas por restricción y yo contaba una anécdota de que un día me multaron por alguna cosa y era sumamente real todo lo que se hablaba ahí. Nunca nos inventamos nada para que todo encajara, entonces eso al final el público lo premió, esa genuinidad y sencillez de la noticia sin dejar de darle la importancia o la seriedad que se debe de tener. (A. Cantillo, comunicación personal, 13 de octubre de 2025)

De igual manera, el director de Desde Buena Mañana mencionó que constantemente se encarga de mantener el programa vivo, actual y cercano a la gente, lo cual implica un compromiso constante con la innovación y la mejora. Para Rodríguez, cada programación es una oportunidad para conectar con la audiencia, escuchar sus necesidades y ofrecer contenidos que además de aportar valor, sean entretenidos para todo el público. El director destacó:

Todos los días es un reto tremendo para quienes hacemos el programa. Sabemos de la urgencia de ir renovando secciones y estrategias de comunicación y de crear nuevos espacios de participación ciudadana, por ejemplo, sección de denuncias, sección para pymes, etc. (H. Rodríguez, comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

Lorena Bogantes, periodista del programa Desde Buena Mañana desde febrero del 2025, considera que de los elementos más importantes es seguir manteniendo la variedad del programa, que lo más relevante siempre va a ser la voz de la gente y que ellos todos los días se encargan de llevar la noticia a los oyentes de la manera más natural y transparente posible, Bogantes señaló: “La naturalidad de nosotros, la cercanía que le podemos manifestar a la gente, me parece que eso hace que seamos diferentes y le incluyo también lo positivo que es el programa” (L. Bogantes, comunicación personal, 22 de octubre, 2025). Finalmente, agrega que además de esas características humanas, el programa se destaca por su enfoque positivo, probablemente en cuanto al tono de los contenidos, los mensajes que transmite y la actitud general de los conductores.

La participación de Lorena Bogantes refleja el compromiso del equipo de Desde Buena Mañana con una comunicación genuina y accesible. Su enfoque en la variedad, la conexión con la audiencia y la transmisión de mensajes positivos evidencia una propuesta radial que busca no solo informar, sino también acompañar y fortalecer el vínculo con sus oyentes a través de la cercanía y la autenticidad.

#### **4.2. Canales de comunicación para la difusión de contenidos**

La combinación de medios tradicionales, como la radio en la frecuencia 92.3 FM, con plataformas digitales como YouTube y transmisiones simultáneas por televisión, demuestra una estrategia de convergencia mediática orientada a ampliar su alcance. Esta diversidad de canales refleja la intención del programa de adaptarse a las nuevas formas de consumo informativo y fortalecer su presencia en distintos entornos comunicativos.

En la entrevista realizada a Henry Rodríguez, quien es el creador de Desde Buena Mañana, comentó que la ventaja que tiene este programa es que se emite a través de un sistema de medios que se respaldan como estrategia 360. El periodista señaló lo siguiente:

Extra Radio tiene su propio canal de información vía digital y la vía natural de su dial, pero además se respalda en lo visual con Extra TV que emite el programa en su totalidad. Eso se amarra con información sobre las noticias y sus productores en la red digital que “empuja” el crecimiento del proyecto. Finalmente, cuenta con el periódico físico que hace eco de nuestras entrevistas y novedades en la producción al aire. (H. Rodríguez, comunicación personal, 13 de octubre de 2025)

El periodista Byron Agüero, quien estuvo como presentador del segmento ‘Es tendencia’, complementa lo que expresó Henry Rodríguez con lo siguiente:

El hecho de que La Extra sea un medio 360, digital, periódico, radio y televisión, permite que Desde Buena Mañana pueda hablar de un mismo contenido con diferentes enfoques en diferentes plataformas. Es decir, llevarlo en audio para la radio, llevarlo en video para tele, llevarlo en escrito para periódico y llevarlo en digital. Eso permite que Desde Buena

Mañana tenga múltiples plataformas, que usted pueda acceder al programa en periódico con un QR, puede verlo en tele, puede escucharlo en radio, puede verlo en digital. Eso es algo que me atrevo a decir que ningún medio en este país tiene, el 360. (B. Agüero, comunicación personal, 21 de octubre del 2025)

Lorena Bogantes mencionó que además de las plataformas de radio, tele y la web, también WhatsApp era el medio de comunicación más importante para el programa, ya que tenían una comunicación más cercana con las personas justo en el mismo momento que se transmitía el programa. Bogantes señaló:

La gente desde antes de las 5:00 am ya nos están diciendo buenos días, nos dicen: “aquí los estamos esperando”, eso es clave. Hay gente super madrugona, saber que la gente está pendiente, que les gusta la dinámica que tenemos del programa en general, la dinámica que tenemos don Henry y yo. Nos mandan fotos al amanecer, reportes de tránsito, hay mucha gente que usualmente nos escribe, y es vacilón porque se encariñan con uno. (L. Bogantes, comunicación personal, 22 de octubre del 2025).

En la entrevista realizada a Byron Agüero, subrayó además que, Desde Buena Mañana tenía una muy eficaz interacción con el público a través de la línea celular, los oyentes mandaban muchas fotos, muchos audios, muchos mensajes, incluso en ciertas ocasiones se enteraban de noticias gracias al teléfono. Agüero añadió:

El oyente está en el lugar, entonces era como “acaba de ocurrir un choque en cierta parte”, antes del reporte de Cruz Roja el oyente ya lo había dicho, ya lo había reportado. Y nosotros nada más teníamos que confirmar esa información. Pero el teléfono, la vía telefónica, es súper versátil, hábil, es muy buena, la gente conecta mucho con esa línea (B. Agüero, comunicación personal, 21 de octubre del 2025).

Para el inicio del programa, todo empezó para que fuera transmitido por radio, según la periodista Angie Cantillo el streaming fue pensado para la gente que quería ver el programa desde el celular y no tenía radio, pero era contenido 100% para radio y ellos como presentadores daban la información para que los oyentes entendieran lo que estaba pasando. Cantillo mencionó:

Luego de eso, gracias al auge que tuvo el programa y la buena audiencia que generó, la administración de Grupo Extra decidió poner el contenido en televisión. Eso fue todo un

reto, porque ya no era buscar inserciones en audio, ahora tenemos que entrevistar en video a la persona. Tenemos que decirle al oyente “para los que nos están viendo y nos escuchan les vamos a describir...” (A. Cantillo, comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

Y fue un gran cambio en el día a día del trabajo, porque ya no pensábamos solo en audio, sino que pensábamos en que todas las noticias debían tener video para poner mientras hablábamos. A nadie le gusta ver a tres personas ahí sentadas. Entonces teníamos que poner los videos de la información, y así se multiplicó el trabajo, porque para tele es más complicado (A. Cantillo, comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

Los canales de comunicación empleados por Desde Buena Mañana evidencian un modelo híbrido que combina lo tradicional con lo digital, logrando mantener la esencia de la radio mientras se adapta a los hábitos de consumo actuales. Esta estrategia multicanal no solo potencia la visibilidad del programa, sino que también promueve la participación activa del público a través de diferentes medios. Gracias a ello, el programa consolida una relación más directa y dinámica con su audiencia, reafirmando el papel de la radio como un medio vigente, versátil y en constante evolución dentro del ecosistema mediático costarricense.

#### **4.3. Procesos de producción y diseño**

El estudio de los procesos de producción y diseño del programa Desde Buena Mañana permite identificar las dinámicas internas que hacen posible su elaboración diaria y la coherencia entre sus objetivos comunicativos y su ejecución técnica. A partir de la organización del equipo, la planificación de contenidos y el uso de recursos humanos y tecnológicos, analizar estos procesos resulta esencial para comprender cómo se articulan las etapas de preparación, emisión y postproducción dentro de un formato que combina información y entretenimiento, adaptándose a las exigencias del entorno mediático actual.

Daniel Calvo es la persona actualmente encargada de estar en la parte de controles de Desde Buena Mañana y en la entrevista que se le realizó, comentó que todos los involucrados con el programa manejan un guion en el cual tienen por escrito elementos como, por ejemplo, las cortinas que van en ciertos momentos, pero que esto muchas veces queda a criterio de él como operador de cabina. Calvo comentó:

Ellos adornan mucho con música, como ahorita, don Henry quiere hablar de Ed Sheeran que viene a un concierto a Costa Rica, entonces yo tengo ahí varias canciones. Tengo que decidir cual poner, para mi “Perfect” es una de las reconocidas entonces la pongo, tengo vía libre para poner música. Trato de variar un poco porque soy consciente que hay oyentes de todas las edades y hay oyentes que les gusta la música en ingles viejita, otra música en inglés más nueva, otra música en español, otros un poquito más tropical, otros un poquito medio pop, entonces trato de variar, pero eso ya queda a criterio mío. (D. Calvo, comunicación personal, 22 de octubre del 2025)

A pesar de que todo el equipo tiene un guion, es muy variable depende de la situación que surja ese día o el día anterior, por lo que se tiene que cambiar la información que se tenía anteriormente por el acontecimiento importante de último momento.

Por esta razón, los periodistas tienen que ingresar a las 4:00 am, para revisar el guion. Por ejemplo, el día 22 de octubre del 2025, el productor tuvo que cambiar la mayoría de información, puesto que, el día anterior había ocurrido un sismo de gran magnitud y el programa tuvo que ser enfocado mayormente a este hecho.

Con respecto a cómo los periodistas empezaban el programa y lo que tenían que hacer antes de salir al aire, la periodista Angie Cantillo señaló que el programa iniciaba a las 5 am, pero como se mencionó anteriormente, tenían que entrar a las 4:00 am a trabajar.

Los periodistas tenían que llegar y revisar que el guion previsto que se había hecho la noche anterior estuviera correcto. Cantillo afirmó:

Normalmente Anyelo era el que coordinaba las entrevistas, pero como todos teníamos diferentes fuentes, entonces a veces unimos contactos. Anyelo se conectaba siempre en las noches para adelantar el guion. Un día se conectaba él, otro día yo, y llegábamos al día siguiente y tal vez se nos fue algo entonces lo agregamos. Hasta que ya con el tiempo cuando el programa fue creciendo y fue ganando audiencia, se logró contratar un periodista, que se encargaba básicamente de armar el guion. Entonces nosotros salíamos a la 1 de la tarde, el periodista entraba a las 2 de la tarde y sabía que su trabajo era dejar todo el guion montado. De tal manera que ya después nosotros llegábamos al día siguiente a las 4 de la

mañana solo a hacer check de todo lo que él había hecho, agregar lo que faltaba y las entrevistas que iban a haber se pasaban con tiempo para uno estudiar el tema. (A. Cantillo, comunicación personal, 13 de octubre de 2025)

La agenda del equipo de Desde Buena Mañana siempre fue muy flexible, nunca tuvieron que conectarse en ese momento Henry Rodríguez, Anyelo Sánchez y Angie Cantillo juntos. Los periodistas tenían un grupo de WhatsApp si llegaba a pasar un hecho a última hora, Cantillo menciona: “Don Henry nos decía: ‘muchachos necesitamos una entrevista sobre tal tema’, entonces ahí coordinamos vía WhatsApp” (A. Cantillo, comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

Anyelo Sánchez, quien estuvo un año completo como productor de Desde Buena Mañana desde que el programa inició, era quien se encargaba de conseguir todas las entrevistas que pasaban por el programa. Constaba de un noticiero de tres horas y media, con un mínimo de cuatro entrevistas todos los días. En donde en algunas ocasiones llegaron a haber hasta nueve entrevistas en un solo día, pero normalmente eran cinco o seis diarias. El comunicador mencionó:

Yo coordinaba con todos los periodistas de la redacción, ya sea de televisión, de periódico, de radio, que saliera al aire; sea en cabina o afuera todos pasaban primero por mí. Yo coordinaba con ellos a qué hora entran y la información que ellos manejaban. Si había algo que cubrir, coordinaba con los periodistas para ver quién iba, etc. También hice el guion por 7 meses. Después, entró un compañero que me desahogó. Nosotros sí teníamos guion y nos ayudábamos de él, pero no leíamos la noticia, nosotros teníamos un contexto de lo que había pasado. Yo trabajaba de 4 de la mañana a 7 de la noche, era una locura. A veces trabajaba un poco más porque la coordinación de entrevistas es lenta, es un trabajo que empiezas desde temprano, pero tenía gente que confirmaba hasta las 9 de la noche y no les podía decir que no. (A. Sánchez, comunicación personal, 13 de octubre de 2025)

Con respecto a herramientas digitales implementadas por el programa, el periodista Byron Agüero de la sección ‘Es Tendencia’, al ser del departamento digital, trabajaban con herramientas digitales, como Marvel o Analytics que son herramientas que marcan cuál nota web está siendo

más leída. Contando con las reacciones o interacciones de Facebook, que en la parte digital es donde cuentan con más usuarios. A demás, Agüero mencionó:

Yo realmente solo estaba en la parte digital, pero llegué a tener cierta conexión con el equipo Desde Buena Mañana, entonces mucho de lo que yo hacía era pasarles los temas, como ellos estaban en cabina y estaban al aire, quizás no tenían la facilidad de enterarse de las cosas. Entonces yo era como el que estaba detrás de cámaras, pasándoles las noticias de última hora para que ellos pudieran decirlo, facilitarles incluso el hacer la nota digital para que ellos llegaran simplemente a leerla. Más que todo podría decir que era una función extra que tenía en Desde Buena Mañana, pero de manera informal, por decirlo de alguna manera. (B. Agüero, comunicación personal, 21 de octubre del 2025)

Anyelo Sánchez mencionó que el concepto del programa trata de ser más fresco, más dinámico con las secciones, siempre teniendo en cuenta lo más importante que es el seguimiento de las noticias y que Henry Rodríguez es la parte principal de Desde Buena Mañana. Sánchez agregó:

Es un concepto que me gusta mucho, los otros noticieros son demasiado planos, demasiado aburridos. Yo creo que el noticiero es el director, si el director es aburrido el noticiero es aburrido, no me cabe la menor duda. Y no es que Henry sea un payaso y por eso el noticiero es tan dinámico, no. Henry es más jovial, tiene una personalidad más jovial en el noticiero, siempre con la seriedad del caso, pero jovial. (A. Sánchez, comunicación personal, 13 de octubre de 2025)

Sánchez resalta la importancia del estilo y la personalidad del director como factor determinante en la identidad y el dinamismo del noticiero. La percepción de un formato más ameno y atractivo se asocia directamente con el liderazgo de Henry, cuya actitud jovial logra equilibrar la seriedad informativa con un tono cercano y fresco, diferenciando así al programa de otros espacios más tradicionales y rígidos.

Con respecto a la parte de producción y diseño del programa, Anyelo Sánchez comenta que para que Desde Buena Mañana tenga tanta atención de los oyentes y una lo entretenido con lo informativo, esta parte resulta fundamental para que todo salga de la mejor manera. Sánchez señaló:

La producción nadie la ve, entonces es un elemento que la gente no percibe, y no tiene por qué. Se los podemos contar sí, en un programa se le puede decir a la gente: “bueno la producción de este programa lo realiza tal persona”, pero yo creo que es de los elementos que pasan más desapercibidos y que son muy importantes (A. Sánchez, comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

En este sentido, la producción funciona como el motor silencioso que sostiene todo lo que el público percibe. Aunque la labor de Daniel Calvo, en este caso, no sea tan reconocida, cada decisión, coordinación y detalle técnico que se gestiona detrás del programa es lo que permite que el producto final cobre vida. Es un trabajo que tal vez no busca protagonismo, pero sin esto, Desde Buena Mañana no podría concretarse.

#### **4.4. Recursos sonoros y narrativos para captar la atención del público meta**

El presente apartado expone los resultados obtenidos a partir de las entrevistas realizadas al personal del programa Desde Buena Mañana, con el fin de analizar cómo los recursos sonoros, visuales y narrativos son empleados para mantener la atención y generar conexión con la audiencia.

Una de las secciones del programa como “Un café con”, se convirtió en una de las más representativas por el significado cultural y emocional que posee el café dentro del imaginario costarricense. De esta forma, el discurso narrativo del programa no se limita a informar, sino que crea un vínculo emocional con su audiencia. El periodista Anyelo mencionó: “El café para mucha gente significa unión familiar, significa un momento de familia, un momento para conversar. La gente sentía que literalmente estaba en la casa o en la sala tomándose un café con nosotros mientras le contábamos una noticia.” Esto refleja la esencia del vínculo emocional que el programa Desde Buena Mañana establece con su audiencia. A través de la referencia del café, se evidencia cómo el espacio logra recrear un ambiente de cercanía y confianza, similar al de una conversación familiar. El café representa un momento de unión y diálogo, y en este contexto, simboliza la manera en que el programa convierte la comunicación radiofónica en una experiencia cotidiana y afectiva; esta dinámica demuestra que más allá de informar, Desde Buena Mañana busca acompañar a su público, generando un sentido de comunidad y pertenencia que fortalece su identidad como programa cercano, humano y positivo.

En cuanto a los recursos sonoros, el ex periodista del programa resalta el papel central del sonido y la voz como elementos que posibilitan la conexión emocional con la audiencia. Anyelo Sánchez mencionó:

Yo creo que, en esta etapa, lo que me llamó la atención es que la gente se fue enganchar con el concepto, con la compañía, y nosotros terminamos siendo compañía para ellos. Cualquier espacio en la radio es compañía, porque eso es la radio. Pero nosotros por esa cercanía, por esa forma de hablar, porque leíamos mensajes al aire, la gente se sintió mucho más identificada, se sintió más cercana al concepto. (A, Sánchez, comunicación personal, 14 de octubre de 2025)

La lectura de mensajes al aire, la interacción directa con los oyentes, la capacidad de contar historias son aspectos fundamentales para Desde Buena Mañana. Con respecto a lo anterior, Sánchez recalcó:

Yo creo que un periodista debería de tener facilidad de contar historias. El periodista debe tener la habilidad de entender lo que le está comunicando a la gente, y esto parece muy obvio, pero no lo es; muchas veces el periodista lee el guion, pero al final no sabe qué está informando. Entonces tiene que saber contar una historia para poder contar una noticia (A, Sánchez, comunicación personal, 14 de octubre de 2025).

Los comunicadores abordaban las noticias tal como las comprenden, utilizando la mayor naturalidad junto con un lenguaje coloquial, claro y directo, sin caer en lo vulgar, lo que facilitaba la conexión con los oyentes. Angie Cantillo lo describió de la siguiente manera:

El equilibrio del programa siempre se basó en la sencillez, y más allá de la sencillez, yo diría que la naturalidad. Era uno de los aspectos que siempre resaltan los oyentes, les gustaba muchísimo que nosotros habláramos de noticias tal cual las entendíamos, en un lenguaje coloquial sin caer en lo vulgar, pero que la gente así lo entendía. A veces dependiendo del tema, si íbamos a hablar de macroeconomía y salís con términos muy técnicos, la gente no lo entiende. la gente siempre necesita un poco de eso, era un programa de 2 horas y media o 3 horas, entonces era pesado como para solo estar hablando noticia dura y pura todas las 3 horas. (A, Sánchez, comunicación personal, 14 de octubre de 2025)

El periodista Anyelo Sánchez recalcó que Desde Buena Mañana no se compara a ningún programa de radio actual, puesto que la sencillez que tenían como equipo estuvo desde el inicio y se seguirá manteniendo, puesto que eso fue lo que atrajo a la audiencia. Sánchez dijo:

Desde Buena Mañana es un programa muy muy diferente a cualquiera que usted se vaya a encontrar en radio, y yo los he escuchado todos. Tampoco es que haya 100, pero sí los conozco todos. Creo que lo que lo hace diferente es la dinámica del noticiero, es muy fresco, muy dinámico, no es plano, la interacción entre los presentadores. Yo sé que eso se va a mantener, nos reíamos, vacilábamos; eso lo hace diferente. (A, Sánchez, comunicación personal, 14 de octubre de 2025)

Para Desde Buena Mañana los recursos sonoros también forman parte de la estrategia comunicativa del programa y es de los aspectos que más los ha hecho tener un buen posicionamiento en radio. El director Henry Rodríguez mencionó:

Lo principal que valoramos como exitoso hasta el momento es el formato general. Es decir, que la audiencia valora que nos escucha distintos a los otros medios, menos “aburridos”, menos “acartonados”. Al final, que el oyente y televidente nos sienta cercanos. Más allá del tono, o el color de la voz, para nosotros es importante que esa voz suene agradable, cercana, cero impostada (H. Rodríguez, comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

La periodista Angie Cantillo menciona que la mayoría de los mensajes que recibían eran agradeciendo porque a los oyentes les parecía un formato diferente. Cantillo dijo: “Me escribían en mis redes sociales que les gustaba que fuese un producto diferente, mucho de que las tres personas que se sentaban al frente eran un libro abierto” (A, Cantillo, comunicación personal, 14 de octubre de 2025). La entrevista realizada evidencia que el público valoraba la autenticidad y la transparencia del programa, destacando la conexión que se generaba con los oyentes a través de la naturalidad y cercanía de sus comunicadores. Esta percepción refuerza la idea de que la identidad del espacio radial se consolidaba gracias a la espontaneidad y a la apertura de quienes lo integraban, elementos que lo diferenciaban de otros productos similares.

Esa sencillez y esa transparencia, fue lo que lo hizo diferente. La gente dice que ya no se escucha radio, o que la gente ya no ve televisión, y yo no creo en eso. Creo que cuando te identificas con un programa, si te gusta y no tienes radio, vas y descargas una aplicación

para escucharlo. Me parece que es un reto para los comunicadores y medios de comunicación en general, ese elemento diferenciador que dan para que la gente se quede. Significaba que había un elemento diferenciador que la gente estaba buscando y que no tenía. (A, Cantillo, comunicación personal, 14 de octubre de 2025)

Byron Agüero ex periodista del segmento ‘Es Tendencia’, confirmó lo que mencionó Angie Cantillo, recalcando que a pesar de que el programa tiene solamente un año, creó un impacto en las personas. Agüero dijo:

La gente se identifica mucho. Desde Buena Mañana tiene 1 año, y la gente está acostumbrada a un esquema, un esqueleto o un noticiero de radio. Y creo que el programa rompió todo eso, la gente que quería algo diferente, la gente que quería escuchar algo distinto, lo consiguió con Desde Buena Mañana. El impacto creo que es como bastante fuerte, en el sentido que el programa es una muestra de que la radio todavía puede persistir porque existen esos comentarios de que ya nadie escucha radio, que ya nadie ve tele, que ya nadie lee el periódico, pero creo que a nivel de radio Desde Buena Mañana rompió con eso y demostró que en radio se puede hacer mucho. (B. Agüero, comunicación personal, 21 de octubre del 2025)

Según el comunicador Anyelo Rodríguez, no solamente el tono de la voz es fundamental, sino que la música del programa es el complemento para lograr enganchar a la audiencia. Rodríguez destacó:

La diferencia está en la sencillez de lo que decimos, cómo lo decimos, quitándole la rigidez de un noticiero con locutores. La experiencia en radio me permite precisamente alejarme de una radio esquematizada, aburrida, muy tradicionalista. Ahí es donde marca una diferencia que, además, acompañamos de un estilo distendido que incluso acepta que los temas sean variados (desde Maluma hasta el ministro de Seguridad) y con un complemento que ha sido gancho importante: La Música (H. Rodríguez, comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

El controlista actual del programa Daniel Calvo, recalcó que para darle esa dinámica al programa que le gusta a la gente, los recursos sonoros son adornos que se complementan con las voces y que eso hace que Desde Buena Mañana no sea “plano”. Calvo comentó:

Los efectos sonoros tienen muchísima importancia porque no es lo mismo que usted los escuche a ellos hablando así plano. En cambio, si usted le pone sonido, una pista y cositas así ya mantiene al oyente activo, entonces para mí sí es muy importante. Son adornos y van de acuerdo con la promo, comúnmente las cosas se hacen para darle dinámica al noticiero (D. Calvo, comunicación personal, 22 de octubre del 2025).

El entrevistado Anyelo Sánchez, hace referencia a lo que sugiere que la identidad sonora del programa refuerza la misma sensación de calidez y cercanía que se proyecta en el discurso narrativo y sonoro. Sánchez mencionó:

El programa termina siendo muy fresco, cualquiera puede decir que es coloquial, yo no diría que es coloquial porque no hablamos coloquial, yo diría que somos cercanos, hablamos como la gente, hablamos sencillo a la gente, la gente no quiere sentir una distancia entre los presentadores y ellos. Eso ha sido un gancho muy importante (A. Sánchez, comunicación personal, 14 de octubre de 2025).

Más que un estilo o una manera de hablar, Desde Buena Mañana tiene una manera de conectar desde la naturalidad y la empatía, haciendo que el público se sienta parte de la conversación y esa autenticidad, lejos de ser informal o formal, es lo que mantiene el interés y la fidelidad de los oyentes.

#### **4.5. Contenido creado por el programa Desde Buena Mañana**

El análisis de los contenidos del programa Desde Buena Mañana permite comprender cómo este espacio radial construye su propuesta informativa y de entretenimiento en función de las necesidades y preferencias de su audiencia.

Desde Buena Mañana demuestra un esfuerzo constante por equilibrar el rigor informativo con elementos de entretenimiento que permitan conectar de forma más natural con la audiencia. Henry Rodríguez mencionó que su idea principal fue la siguiente:

El reto más importante era mantener un formato que se sintiera liviano para el oyente, pero sin perder el objetivo de informar. Todo se basa en que no siempre las noticias tienen que ser aburridas. Por eso “la forma” como lo digamos al aire es la clave. Por esa razón se pensó en un tono muy cercano al oyente. Y ante la necesidad de hacer un nuevo informativo de

la mañana, que se apartara de los noticieros tradicionales. La idea inicial tenía que ver con informar y acompañar, convertir el espacio en una especie de radio-revista que transmite noticias y opiniones. (H. Rodríguez, comunicación personal, 13 de octubre de 2025)

Con respecto al equilibrio del programa, las secciones temáticas otorgan dinamismo al espacio. Desde Buena Mañana refleja un modelo de comunicación que evita la monotonía del formato noticioso tradicional, priorizando un tratamiento contextualizado de la información, Sánchez afirmó: “Para darle un equilibrio y que el programa fuera dinámico, había varias secciones en el programa; cada sección tenía como foco una noticia, eso lo hace muy dinámico, porque yo le estoy contando una noticia entorno a algo diferente” (A. Sánchez, comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

Según el ex productor, el dinamismo del programa se construye también desde la improvisación profesional, entendida no como desorden, sino como habilidad periodística para adaptar la información al tono del momento. Sánchez recalcó: “Es esta improvisación y no improvisación, porque no estoy improvisando la noticia, no me la estoy inventando, pero lo que sí estoy improvisando es cómo la estoy contando” (A. Sánchez, comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

Los contenidos priorizados se centran en noticias nacionales y de impacto social, especialmente en el ámbito judicial y de sucesos. La ex periodista del programa Angie Cantillo, recalcó:

Mucho nacional, de impacto para la gente, también muy de servicio, no éramos tan políticos, no éramos tanto de economía. Por ejemplo, si incrementó el PIB un 3%, era como “bueno, ¿y a la gente qué le importa el PIB?, hablemos de cómo le afecta a su bolsillo que esto haya aumentado (A. Cantillo, comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

El periodista Anyelo Sánchez, quien conformó equipo junto con la periodista mencionada anteriormente, aportó lo siguiente: “Nos llegamos a convertir no en un medio de sucesos como tal, pero sí le dábamos mucho seguimiento a allanamientos, accidentes, incendios, homicidios” (A. Sánchez, comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

Anyelo Sánchez, reconoce que, las noticias que más se trataban eran tanto los sucesos como las judiciales y era lo que más tenía foco en Desde Buena Mañana, Sánchez afirmó:

Desde mi punto de vista, lo más importante siempre fueron las noticias, ¿cuál noticia? no sé, nosotros nos llegamos a convertir no en medio de sucesos como tal, pero sí le dábamos mucho seguimiento a allanamientos, accidentes de tránsito, incendios, también a homicidios. Casi que podíamos abrir el noticiero con una noticia de ese impacto, los fines de semana había un resumen de sucesos que a Henry le gustaba, a mí no tanto. Pero bueno, yo diría que ese tipo de noticias, si tuviera que elegir alguna de todas en las que se fue haciendo un poquito más de énfasis diría que judiciales y sucesos, fueron las que tomaron un poquito más de fuerza. (A. Sánchez, comunicación personal, 13 de octubre de 2025)

A pesar de esto, no se limitaban a los hechos duros, sino que incorporan contenidos de servicio y entretenimiento: curiosidades, religión, vídeos virales, y temas culturales o musicales. Esta variedad se definía a partir de la respuesta del público, lo que evidencia un proceso comunicativo bidireccional. Con lo anterior, la periodista Angie Cantillo mencionó:

Ponemos incluso videos que encontrábamos en TikTok virales y nos reíamos, la gente comentaba, mandaba fotos de que les pasaba algo similar. Cuando ya empezábamos a tener la respuesta de la gente que nos empezaba a escuchar entonces nosotros fuimos viendo cuál contenido se iba adaptando más a eso (A. Cantillo, comunicación personal, 13 de octubre de 2025).

El periodista Byron Agüero, quien estuvo como encargado de la sección ‘Es Tendencia’, menciona que la clave siempre fue intercalar informaciones, que es importante hablar de los temas que son noticia en general, pero que siempre hay espacio en el programa para videos graciosos también, Agüero comentó:

Une lo entretenido con lo informativo, creo que esa es la clave, es la técnica, de poder intercalar las informaciones, que tenga sus segmentos con información que hay que dar. Por ejemplo, los sucesos que es lo que todo el mundo dice que en las noticias es de lo único que hablan, creo que aún así, con los sucesos de por medio, la última hora y todo eso. Desde Buena Mañana saca su espacio para también poner videos graciosos, de animales, etc. (B. Agüero, comunicación personal, 22 de octubre de 2025)

Otro hallazgo relevante es la flexibilidad en la estructura del programa, lo que contribuye directamente a su tono cercano. Aunque existía un guion base, este no se seguía de forma estricta. La creatividad y la improvisación se convierten en recursos comunicativos indispensables para mantener el equilibrio entre información y entretenimiento. Bogantes destacó que, “Si dijimos alguna tontera y nos reímos, nada pasa, y creo que a la gente eso le ha gustado mucho” (L. Bogantes, comunicación personal, 22 de octubre del 2025).

Según Angie Cantillo, el aspecto clave en el equilibrio entre información y entretenimiento es la participación constante de la audiencia. El uso del WhatsApp como canal de retroalimentación directa permitió al equipo conocer las preferencias, críticas y sugerencias del público. La interacción se convirtió en un eje del proceso de producción: los mensajes de los oyentes no solo servían para medir la aceptación del contenido, sino que inspiraban nuevos temas o enfoques. En palabras de la periodista Cantillo:

Para nosotros el WhatsApp era un libro abierto de lo que debíamos y no debíamos de hacer. Siempre se tomaban sugerencias de ahí, incluso a veces nos daban hasta temas, de que deberíamos de hablar de tal cosa que está pasando. Y eso lo retaba a uno mucho también a estar en todas, porque a veces llegaban oyentes con preguntas de temas que no eran del día o que uno tal vez no tiene ahí tan a la mano, y nos ponían a estudiar. Entonces ya llegaba uno al siguiente programa “para el oyente que preguntó tal cosa...” o “preparamos una entrevista para que usted esté enterado”. Esa conexión, el hecho de que la radio fuera una vía de acá para allá y de allá para acá, no solo nosotros hablando sino la gente interactuando, nos servía muchísimo. (A. Cantillo, comunicación personal, 13 de octubre de 2025)

El uso equilibrado de recursos comunicativos sonoros y narrativos fue primordial para Desde Buena Mañana, además de contar historias positivas. Según lo mencionó la periodista Lorena Bogantes: “Por diferente creo que la sección de ‘Lo Positivo’, si bien es cierto los sucesos la política jala mucho, pero muchas veces cuando contamos cosas positivas cuando contamos historias la gente nos dice ‘uy que bueno’ es como un respiro” (L. Bogantes, comunicación personal, 22 de octubre del 2025).

El dinamismo de sus secciones, la improvisación profesional y la interacción constante con los oyentes consolidan un formato ágil y humano, que se aparta de la rigidez informativa

tradicional. En conjunto, el programa evidencia cómo la radio puede adaptarse a las nuevas formas de consumo mediático manteniendo su esencia: informar, acompañar y generar una experiencia comunicativa auténtica que refleje la cotidianidad y las voces de la gente.

En el siguiente cuadro se presenta una descripción general de los principales elementos que componen la estructura del programa Desde Buena Mañana. En él se detallan la cantidad de cortinas utilizadas, el número de entrevistas realizadas, los anuncios transmitidos y los audios con declaraciones de expertos. Esta información permite comprender de manera más clara la distribución y el equilibrio entre los distintos recursos sonoros que conforman la producción diaria del espacio radial.

<b>Programa</b>	<b>Fecha</b>	<b>Cortinas</b>	<b>Entrevistas</b>	<b>Anuncios</b>	<b>Audios de declaraciones de expertos</b>
Desde Buena Mañana	11 de noviembre del 2024	12	12	4	21
Desde Buena Mañana	14 de noviembre del 2024	36	9	6	29
Desde Buena Mañana	2 de diciembre del 2024	17	6	0	45
Desde Buena Mañana	5 de diciembre del 2024	18	8	0	29
Desde Buena Mañana	6 de enero del 2025	9	15	1	12
Desde Buena Mañana	9 de enero del 2025	10	6	1	22
Desde Buena Mañana	20 de febrero del 2025	9	5	3	21
Desde Buena Mañana	24 de febrero del 2025	16	6	2	22
Desde Buena Mañana	10 de marzo del 2025	15	7	1	17

Desde Buena Mañana	13 de marzo del 2025	14	6	3	32
Desde Buena Mañana	14 de abril del 2025	7	4	2	22
Desde Buena Mañana	24 de abril del 2025	22	7	0	27

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

El siguiente apartado, presenta un resumen general de varios de los programas emitidos por Desde Buena Mañana durante el periodo de estudio, con el propósito de identificar los principales patrones comunicativos, temáticos y estructurales que caracterizan su propuesta radial. Este análisis va a permitir observar cómo se combinan los elementos informativos y de entretenimiento, así como la forma en que el equipo adapta los contenidos diarios y la respuesta del público. Más adelante, estos hallazgos serán detallados mediante cuadros explicativos que permitirán visualizar con mayor claridad la distribución de secciones, sus respectivas horas y la información que transmiten en dichos segmentos.

### **Programa 11 de noviembre del 2024**

Lo que se analiza es que tiene una duración de tres horas con veintiocho minutos, de 5:00 am a 8:28 am. El cual, está conformado por tres periodistas en el estudio, los cuales se llaman Anyelo Sánchez, Angie Cantillo y Henry Rodríguez quien es el director del programa Desde Buena Mañana.

Utilizan recursos visuales como imágenes o vídeos de las noticias, logos tanto de Extra-Radio como el de ‘Desde Buena Mañana’, además de tener en imagen en todo momento a los periodistas en estudio.

De igual manera, cuentan con recursos sonoros; como entrevistas en vivo y música de fondo. Introducen anuncios, pero solamente con audio. A lo largo de todo el programa, Henry Rodríguez menciona en reiteradas ocasiones la hora.

Se incorporan dos periodistas más para hablar de temas varios, los cuales son Rolando y Leo Sandí. Después de terminar de dar sus noticias, se retiran del set. Para cada uno de los segmentos tienen una cortina, menos para el de deportes.

Constantemente involucran al público, ya sea leyendo sus comentarios en redes sociales y mensajes o audios al WhatsApp 7003-1234. A pesar de no ser un programa de música, en algunas ocasiones, después de las cortinas ponen por algunos minutos música de fondo y conversar entre ellos sobre cualquier tema, algunas veces con humor. Henry Rodríguez menciona en ciertas horas la portada del periódico Diario Extra. Y después se despiden del público.

En este programa hubo los siguientes segmentos:

<b>‘Lo que hay que saber’ Hora de inicio: 5:30 am</b>	Resumen de noticias: Servicios del tren. Rutas cerradas por el clima. Noticias del MEP.
<b>‘Lo positivo’ Hora de inicio: 5:43 am</b>	Interactúan con humor y leen comentarios positivos de los oyentes.
<b>‘Las cifras’ Hora de inicio: 6:50 am</b>	Interactúan entre ellos con humor. Hablan de la compra y venta del dólar. También de la cantidad de puestos de trabajo en hoteles. Y sobre una noticia de oficiales nacionales que decomisaron dinero.
<b>‘Lo que hay que saber’ Hora de inicio: 6:30 am</b>	Resumen de noticias: Ataques de personas armadas. Servicios del tren. Rutas cerradas por el clima. Noticias del MEP. Noticias de política. Accidentes de tránsito.
<b>‘Un café con’ Hora de inicio: 6:32 am</b>	Interactúan entre ellos con humor. Cada periodista menciona con quién se tomaría un café y por qué. Anyelo Sánchez con el encargado de emergencias del MOPT y se realiza una entrevista en vivo con él. Y Angie Cantillo con Ángela Aguilar por ser nominada la mujer del año. Interactúan entre ellos con este tema.
<b>‘Las tendencias’ Hora de inicio: 7:45 am</b>	Se unió un periodista que se llama Fabiana. Se conversa de los temas más hablados del país. Empiezan con las personas afectadas por las lluvias. Detenciones que hizo Interpol. Temas de fútbol nacional.
<b>‘Deportes’ Hora de inicio: 8:05 am</b>	Hablan sobre fútbol nacional con la periodista Marisol, Rolando y Leo Sandí. Interrumpen con una declaración sobre las lluvias y después continúan con los deportes.

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

### **Programa del 14 de noviembre del 2024**

De esta edición, se analiza que tiene una duración de tres horas con veintiocho minutos, de 5:00 am a 8:28 am. Hay tres periodistas en el estudio, los cuales son, Henry Rodríguez, director del programa, Anyelo Sánchez y Angie Cantillo.

En todo el programa tienen una entradilla, en el que dice la hora, la manera en que la gente puede sintonizar el programa, por 92.3 FM y en la página de extraradiocr.com y el logo de Extra-Radio; es un diseño distinto al que tiene el programa mencionado anteriormente.

En los pases en vivo de este programa, una de las periodistas se llama Sheyla Paniagua e Isaac Villalba como camarógrafo y fotógrafo. En todos los pases mencionan el nombre de todo el equipo de trabajo. Para otra noticia, el periodista que estaba cubriendo se llama Cristhian Fallas, junto con el camarógrafo Emerson Hidalgo.

Constantemente se mantienen contestando los comentarios del público, en este caso, leyeron una pregunta de una persona de la cual no tenían respuesta, por lo que se encargaron de movilizarse y buscar la respuesta para contestarle al oyente.

En este programa hubo los siguientes segmentos:

<b>‘Lo que hay que saber’ Hora de inicio: 5:30 am</b>	Resumen de noticias: Gobierno declara emergencia por lluvias. Ciclón tropical. Noticias sobre el Tribunal Supremo de Elecciones. Desvíos sobre rutas.
<b>‘Qué pasa en el mundo’ Hora de inicio: 5:32 am</b>	Primero leen comentarios de la gente quienes opinan de las noticias. Noticias en Estados Unidos de Donald Trump y Joe Biden. Noticias en Argentina sobre la Cámara Federal de Casación Penal. Noticias en España sobre las lluvias.
<b>‘Lo positivo’ Hora de inicio: 5:38 am</b>	Leen el periódico de La Extra. Angie Cantillo menciona que su buena noticia es que la policía de tránsito implementará un centro de vigilancia con cámaras. La de Anyelo Sánchez fue que se puso a

	disposición de la gente un show de arte y ciencia. Además de leer comentarios positivos del público.
<b>‘Las cifras’</b> <b>Hora de inicio: 5:45 am</b>	Interactúan con ellos con humor. Hablan del bitcoin. También de que cada vez se utiliza menos el efectivo en el país. La compra y venta del dólar. Dinero del acumulado. Precios de alimentos. Edad del rey de Inglaterra.
<b>‘Un café con’</b> <b>Hora de inicio: 6:25 am</b>	Cada periodista menciona con quién se tomaría un café y por qué. Henry Rodríguez con Marco Rubio quien es secretario de estado de Estados Unidos. Ángel Sánchez con Nogui Acosta, ministro de hacienda. Angie Cantillo con Karol G.
<b>‘Lo que hay que saber’</b> <b>Hora de inicio: 6:30 am</b>	Resumen de noticias: Gobierno declara emergencia nacional por lluvias. Ciclón tropical. Noticias sobre el Tribunal Supremo de Elecciones. Fallecimiento de celebridad. Comentan entre ellos las noticias.
<b>‘Es tendencia’</b> <b>Hora de inicio: 6:43 am</b>	Leen comentarios de los oyentes. Se une el periodista Byron, quien habla de las noticias más sonadas en el país, como noticias de Donald Trump. Incendios. Angie menciona las tendencias en redes sociales, las cuales eran sobre temas políticos.
<b>‘Lo que hay que saber’</b> <b>Hora de inicio: 7:29 am</b>	Resumen de noticias: Rutas habilitadas. Incendios de autobuses. Ciclón tropical. Gobierno declara emergencia por lluvias. Noticias sobre el Tribunal Supremo de Elecciones.
<b>‘Un café con’</b> <b>Hora de inicio: 7:31 am</b>	Opiniones de oyentes sobre las noticias del día. Entrevistas sobre temas del MEP. Entrevista sobre el tema de agricultura y ganadería.
<b>‘Deportes’</b> <b>Hora de inicio: 8:02 am</b>	Entran los periodistas Emmanuel y Julio. Hablan sobre la Selección Nacional. Conversan sobre canciones de La Sele y de los Mundiales.
<b>‘Un café con’</b> <b>Hora de inicio: 8:14 am</b>	Noticias sobre el Tribunal Supremo de Elecciones e hicieron una entrevista a experto.

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

## Programa del 2 de diciembre del 2024

Se analiza que tiene una duración de tres horas con doce minutos, de 5:00 am a 8:12 am. Hay tres periodistas en el estudio, los cuales son, Henry Rodríguez, director del programa, Anyelo Sánchez y Angie Cantillo.

Tienen distintas formas de recursos visuales para las entrevistas, en algunos casos es la imagen del experto hablando y los periodistas en el estudio, o una imagen del experto y a la par imágenes de la noticia. En recursos sonoros, depende del segmento utilizan sonidos de reloj o monedas.

Con respecto al lenguaje que utilizan, la mayor parte del tiempo es formal, pero también coloquial cuando leen comentarios del público y cuando conversan entre ellos. Interactúan de manera muy constante con los oyentes y realizan dinámicas para que el público participe. Además, Henry menciona las noticias del día que hay en la portada de Diario Extra.

En este programa hubo los siguientes segmentos:

<b>‘Lo que hay que saber’</b> <b>Hora de inicio: 5:30 am</b>	Resumen de noticias: Encuentran con vida a personas desaparecidas. Exámenes de admisión de la UNA. Rutas inhabilitadas. Noticias políticas.
<b>‘Lo positivo’</b> <b>Hora de inicio: 5:47 am</b>	Cada uno de los periodistas en estudio menciona una noticia positiva. La de Anyelo Sánchez es del Teatro Nacional. Tuvieron una nota de una producción de chocolate fino. La buena noticia de Angie fue sobre estudiantes que ganaron premios de robótica.
<b>‘Las cifras’</b> <b>Hora de inicio: 5:52 am</b>	Antes de las cifras, leen comentarios de los oyentes. Después se habló de la compra y venta del dólar. Se habló de la cifra de accidentes de tránsito. Dinero que entregó la Unión Europea al país.
<b>‘Un café con’</b> <b>Hora de inicio: 6:22 am</b>	Ponen música de navidad. Interactúan entre ellos con humor. Henry se toma un café con los oyentes y lee los mensajes y menciona que también con Joe Biden presidente de Estados Unidos. Angie Cantillo con el director de aviación civil.

	Pusieron una nota sobre la navidad en los parques. Anyelo Sánchez con los estudiantes de la UNA.
<b>‘Lo que hay que saber’ Hora de inicio: 6:30 am</b>	Resumen de noticias: Rutas inhabilitadas. Encuentran a personas desaparecidas. Resultados de exámenes de admisión de la UNA. Noticias políticas.
<b>‘Las tendencias’ Hora de inicio: 6:52 am</b>	Se leen mensajes de oyentes. Interactúan a ellos. Hablan de las mejores fotos del año. También noticias sobre el presidente de la republica. Deslizamientos. Personas desaparecidas. Y sobre la muerte de una actriz.
<b>‘Un café con’ Hora de inicio: 7:26 am</b>	Entrevista con el subdirector de aviación civil.
<b>‘Lo que hay que saber’ Hora de inicio: 7:31 am</b>	Resumen de noticias: Temas políticos. Vigilancia del sitio donde cayó una avión nave. Resultados de exámenes de admisión de la UNA. Desaparición de personas.
<b>‘La cifra’ Hora de inicio: 7:50 am</b>	Hablaron de los meses que tienen el programa. Cifra de autos eléctricos importados. Informes de Harvard.
<b>‘Un café con’ Hora de inicio: 8:09 am</b>	Entrevista a una persona quien recibió un reconocimiento por valentía en el país.

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

### **Programa del 5 de diciembre del 2024**

Se logra examinar que tiene una duración de tres horas con veintisiete minutos, de 5:00 am a 8:27 am. El cual, está conformado por tres periodistas en el estudio, los cuales se llaman Anyelo Sánchez, Angie Cantillo y Henry Rodríguez.

Henry Rodríguez es el único que lee constantemente los comentarios de los oyentes, también la portada del periódico de Diario Extra. Además de anunciar rifas para que el público participe y tenga más interacción con el programa.

Para uno de los pases en vivo, el periodista a cubrir la noticia se llama Alberto Cuadra, pero no mencionan al camarógrafo como se ha hecho en programas anteriores.

En este programa hubo los siguientes segmentos:

<p><b>‘Lo que hay que saber’</b>  <b>Hora de inicio: 5:30 am</b></p>	<p>Resumen de noticias: Personas evacuadas por inundaciones. Servicios del tren cancelados. Noticias de política. Noticias del Tribunal Supremo de Elecciones.</p>
<p><b>‘Las cifras’</b>  <b>Hora de inicio: 5:55 am</b></p>	<p>Leen comentarios de los oyentes. Hablan de la compra y venta del dólar. Noticias de AGECO.</p>
<p><b>‘Un café con’</b>  <b>Hora de inicio: 6:24 am</b></p>	<p>Hablaron de una temática para que el público participe en una dinámica. Leyeron mensajes de los oyentes. Angie Cantillo se tomó un café con tres peleadores costarricenses. Anyelo Sánchez con una niña bailarina costarricense.</p>
<p><b>‘Lo que hay que saber’</b>  <b>Hora de inicio: 6:30 am</b></p>	<p>Resumen de noticias: Personas evacuadas por inundaciones. Rutas inhabilitadas. Servicios de tren cancelados. Balaceras dejan una persona fallecida. Noticias políticas.</p>
<p><b>‘Es tendencia’</b>  <b>Hora de inicio: 6:48 am</b></p>	<p>Leen comentarios de oyentes. Hablan de médico que dio falsas incapacidades y cobraba dinero. Entra el periodista Byron, el cual hablan de este tema. También de temas de fútbol nacional, hablan con humor del tema. Angie habla de las tendencias en redes sociales, las cuales son de farándula y noticias sobre Chile y Corea del Sur.</p>
<p><b>‘Un café con’</b>  <b>Hora de inicio: 7:26 am</b></p>	<p>Hablaron de temas sobre fútbol nacional, conversaban entre ellos con humor de ese tema.</p>
<p><b>‘Lo que hay que saber’</b>  <b>Hora de inicio: 7:30 am</b></p>	<p>Resumen de noticias: Rutas habilitadas para conductores. Trenes están habilitados. Noticias políticas. Noticias del Tribunal Supremo de Elecciones. Balacera deja una persona fallecida.</p>
<p><b>‘Lo positivo’</b>  <b>Hora de inicio: 7:52 am</b></p>	<p>Cada uno de los periodistas menciona una noticia positiva. Hablaron sobre escritores, libros, películas y conversaron sobre eso. También sobre temas del ICODER y el Ministerio de Deporte. Noticias sobre Egipto.</p>
<p><b>‘Un café con’</b>  <b>Hora de inicio: 8:13 am</b></p>	<p>Llega al set la periodista Rita, la cual habla de temas políticos. También el</p>

	periodista Byron, el cual habla de estudiantes con nota perfecta del examen de admisión de la UNA. Temas sobre personas que se llevan conchas de la playa.
--	--

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

### **Programa del 6 de enero del 2025**

Se logra examinar que tiene una duración de tres horas con catorce minutos, de 5:00 am a 8:14 am. En este programa solamente se encuentran en el set Anyelo Sánchez y Angie Cantillo, puesto que mencionan que el productor Henry Rodríguez está fuera del país por temas personales. Rafael Cambronero está en la parte de controles y Carlos Villalobos en la producción.

Fue uno de los programas en los que se han hecho más entrevistas con quince en total. Como es el inicio de año se tocaron temas de carácter religioso y cómo se vive esta época en el país como también internacionalmente.

En este programa hubo los siguientes segmentos:

<b>‘Lo que hay que saber’ Hora de inicio: 5:30 am</b>	Resumen de noticias: Regresa restricción vehicular y cobro de peajes. Sobre el clima. OMS descarta nueva pandemia por aumento de virus respiratorios. Cruz Roja reporta fallecidos por fin y principio de año.
<b>‘Un café con’ Hora de inicio: 6:32 am</b>	Entrevista con el alcalde de Limón. Se habló de la realidad socioeconómica y el crimen organizado.
<b>‘Lo Positivo’ Hora de inicio: 7:22 am</b>	Hablaron de la cimarrona y conversaron entre ellos. Noticias sobre el Tribunal Supremo de Elecciones.
<b>‘Lo que hay que saber’ Hora de inicio: 7:30 am</b>	Cruz Roja halla con vida a los desaparecidos. Regresa restricción vehicular y cobro de peajes. Sobre el clima. Cruz Roja reporta fallecidos por fin y principio de año.
<b>‘Es tendencia’ Hora de inicio: 8:00 am</b>	Entra el periodista Byron al set y habla de fútbol nacional. Adulto mayor

	desaparecido. Sector productivo vuelve a la normalidad. Entrada a clases.
--	---

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

### **Programa del 9 de enero del 2025**

Se logra analizar que el programa tiene una duración de tres horas y veintisiete minutos, de 5:00 am a 8:27 am. En el video el cual está en la plataforma de YouTube, tiene muchos cortes del programa, por lo que, no salen muchas de las cortinas y cierta información del inicio se corta.

Se encuentran en el set el periodista Anyelo Sánchez en lugar del productor Henry Rodríguez, junto con la periodista Ana Lucía Zamora, en lugar de la periodista Angie Cantillo quien se encontraba en su día de vacaciones. En controles estaba Rafa Cambronero y en la producción en vivo se mencionó que estaba Carlos Villalobos. En este programa, lo que más tuvo cobertura fueron los temas de política y clima.

En este programa hubo los siguientes segmentos:

<b>‘Lo que hay que saber’ Hora de inicio: 6:30 AM</b>	Resumen de noticias: Personas fueron albergadas por fuertes lluvias. Cruz Roja mantiene búsqueda de hombres desaparecidos en ríos. Noticias políticas. Manifestación de taxistas.
<b>‘Un café con’ No hubo cortina de inicio, pero sí de cierre de segmento. Hora de finalización: 6:42 am</b>	Hablaron de tomarse ‘un café con’ el director de la Banda Municipal de Tibás e hicieron una entrevista con él.
<b>‘Es tendencia’ Hora de inicio: 6:55 am</b>	Entró al set la periodista Fabiana Conejo, la cual habla de temas que son tendencia, como del presidente en la conferencia de prensa. El nombramiento de Marta Esquivel. La nueva presidenta de la CCSS. Temas de diputados. Clima. Accidentes acuáticos. Temas políticos en Venezuela.
<b>‘La cifra’ Hora de inicio: 7:25 am</b>	Leyeron mensajes de los oyentes. Compra y venta del dólar. Cantidad de cantones con lluvias más intensas.

<b>‘Lo que hay que saber’ Hora de inicio: 7:30 am</b>	Fuertes lluvias. Cruz Roja atiende incidentes. Nombramiento de Marta Esquivel. Nueva presidenta de la CCSS.
---	---

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

### **Programa del 20 de febrero del 2025**

Se logra analizar que tiene una duración de tres horas y veintisiete minutos, de 5:00 am a 8:27 am. En el set se encontraban los periodistas Henry Rodríguez y Lorena Bogantes. En el transcurso del día se incorporó el otro periodista Anyelo Sánchez.

En este programa hubo los siguientes segmentos:

<b>‘Lo que hay que saber’ Hora de inicio: 5:30 am</b>	Resumen de noticias: Noticias sobre política. Migrantes llegan al país. Volverán a operar los parquímetros. Banco Central anuncia nueva moneda conmemorativa. Papa Francisco y su salud.
<b>‘Un café con’ Hora de inicio: 6:25 am</b>	Henry Rodríguez menciona que se tomaría un café con el Papa Francisco por su salud. Lorena se lo tomaría con la presidenta del estado Ciudad del Vaticano. Declaraciones sobre las nuevas monedas.
<b>‘Lo que hay que saber’ Hora de inicio: 6:30 am</b>	Encuentran cuerpos por impacto de bala. Embajada de Estados Unidos deja sin visa a dos diputadas del país. Migrantes llegan al país. Volverán a operar los parquímetros. Salud del Papa Francisco.
<b>‘La cifra’ Hora de inicio: 6:32 am</b>	Mencionan la compra y venta del dólar.
<b>‘Es tendencia’ Hora de inicio: 6:51 am</b>	Entra al set el periodista Byron Agüero y habla sobre el sistema de pensiones. Dos personas fallecidas. Asaltos y criminalidad. Famoso artista de televisión se reinventa. Temas políticos sobre el presidente.
<b>‘Lo que hay que saber’ Hora de inicio: 7:30 am</b>	Resumen de noticias: Encuentran cuerpos con impactos de bala. Cuerpo de bomberos atendió incendios. Costa Rica recibirá migrantes. Noticias de fútbol

	internacional. Película sobre Shirley Cruz.
<b>‘Lo positivo’ Hora de inicio: 7:50 am</b>	Conversaron sobre el clima del país. Leyeron mensajes de los oyentes sobre noticias del día. Niña con neumonía le escribe carta a Papa Francisco.
<b>‘Un café con’ Hora de inicio: 8:18 am</b>	Conversan sobre la exfutbolista Shirley Cruz y su película. Además de tener una entrevista en vivo sobre este tema.

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

### **Programa del 24 de febrero del 2025**

Se analiza que este programa tiene una duración de tres horas con veintiséis minutos, de 5:00 am a 8:26 am. Están en el set los periodistas Henry Rodríguez, junto con Lorena Bogantes, Angie Cantillo y Anyelo Sánchez. Estos últimos, se retiran del programa en cierta hora y no vuelven a salir más.

En este programa hubo los siguientes segmentos:

<b>‘Lo que hay que saber’ Hora de inicio: 5:30 am</b>	Resumen de noticias: Se habló de temas políticos nacionales. Autoridades advierten sobre carne contaminada en el mercado. Chofer que atropelló a ciclista se encontraba bajo los efectos del alcohol. La Policía logró detener a las personas que ocasionaron daños a la vivienda.
<b>‘Lo positivo’ No hubo cortina de inicio del segmento, solamente al finalizar. Hora de finalización: 5:52 am</b>	Se conversó sobre el Hospital de Puntarenas. Se habilitó el servicio de agua potable en la zona de Puntarenas.
<b>‘Las cifras’ Hora de inicio: 5:53 am</b>	Leyeron mensajes de oyentes. Acá se incorpora Anyelo Sánchez para dar datos, después se retira. Compra y venta del dólar. Cantidad de interferencias con luces láser a aviones. Lotería. Cantidad de familias beneficiadas con proyecto habitacional. Días en los que se ha mantenido la guerra de Rusia y Ucrania.

<p><b>‘Un café con’</b> <b>Hora de inicio: 6:25 am</b></p>	<p>Leyeron mensajes de oyentes. Angie se tomaría ‘un café con’ el cantante Camilo que tuvo concierto. Henry habla de las cafeterías de moda actualmente.</p>
<p><b>‘Lo que hay que saber’</b> <b>Hora de inicio: 6:30 am</b></p>	<p>Resumen de noticias: Temas políticos nacionales. Autoridades advierten sobre carne contaminada en el mercado. Chofer que atropelló a ciclista conducía bajo los efectos del alcohol. La Policía logró detener a las personas que ocasionaron daños a la vivienda. Salud del Papa Francisco. Costa Rica recibe migrantes.</p>
<p><b>‘Es tendencia’</b> <b>Hora de inicio: 6:51 am</b></p>	<p>Entró el periodista Byron Agüero, para conversar de la salud del Papa Francisco. También sobre temas políticos en Alemania. Ciclista atropellado. Finalizó con temas de fútbol nacional.</p>
<p><b>‘Un café con’</b> <b>Hora de inicio: 7:15 am</b></p>	<p>Lorena se toma ‘un café con’ investigadores en Londres. Henry lee mensajes de los oyentes. Hablan sobre comunidades indígenas. Hacen una entrevista con el director de PROCOMER.</p>
<p><b>‘Lo que hay que saber’</b> <b>Hora de inicio: 7:30 am</b></p>	<p>Temas sobre los migrantes en el país. Reporte sobre el atropello de un niño. Trabajadores del servicio de lavandería del Hospital de Puntarenas realizan paro de labores. Policía detiene a hombres que ocasionaron daños a vivienda. Salud del Papa Francisco.</p>
<p><b>‘Lo positivo’</b> <b>Hora de inicio: 7:46 am</b></p>	<p>Leyeron mensajes del público. Realizaron una entrevista sobre el incremento de personas habitantes de calle y cómo lo están solucionando. Personas con discapacidad visual podrán recorrer el Hospital de Puntarenas.</p>
<p><b>‘Un café con’</b> <b>Hora de inicio: 8:11 am</b></p>	<p>Hablaron de becas académicas. Realizaron una entrevista respecto a esto.</p>

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

## Programa del 10 de marzo del 2025

Se analiza que el programa tiene una duración de tres horas con veintiséis minutos, de 5:00 am a 8:26 am. En el set se encontraban los periodistas Henry Rodríguez como productor y voz principal del programa, junto con Lorena Bogantes.

En este programa hubo los siguientes segmentos:

<p><b>‘Lo que hay que saber’</b>  <b>Hora de inicio: 5:30 am</b></p>	<p>Resumen de noticias: Menores mueren en accidentes acuáticos. Violencia animal. volcán Poas con actividad. Rebaja de pasajes de bus. Acumulado.</p>
<p><b>‘Las cifras’</b>  <b>Hora de inicio: 5:51 am</b></p>	<p>Hablaron del acumulado. Compra y venta del dólar. Leyeron mensajes de los oyentes. Por último, se habló de una fundación que ayuda económicamente a muchos niños.</p>
<p><b>‘Un café con’</b>  <b>Hora de inicio: 6:24 am</b></p>	<p>Se tomaron ‘un café con’ la audiencia, leyeron los mensajes de la gente. Se habló de la ansiedad y depresión que está pasando el cantante Alejandro Sanz. Leyeron el periódico. Finalmente hicieron una entrevista respecto a un proyecto de ley.</p>
<p><b>‘Lo que hay que saber’</b>  <b>Hora de inicio: 6:30 am</b></p>	<p>Resumen de noticias: Menores murieron en accidentes acuáticos. Violencia animal. Temas políticos. Rebajas en los pasajes de buses y taxis. Servicios de tren serán suspendidos por trabajos.</p>
<p><b>‘Es tendencia’</b>  <b>Hora de inicio: 6:46 am</b></p>	<p>Ingresó al set el periodista Byron Agüero. Se habló sobre fútbol nacional. Actividades volcánicas en Guatemala y Costa Rica. Delincuencia. Violencia animal. Temas sobre el Gobierno de Costa Rica.</p>
<p><b>‘Lo que hay que saber’</b>  <b>Hora de inicio: 7:30 am</b></p>	<p>Resumen de noticias: Se habló del cierre del volcán Poas por erupciones. Cruz Roja busca a un menor de edad por accidente acuático. Trenes suspendidos por trabajos. Temas políticos. Rebajas en pasajes de buses y taxis.</p>
<p><b>‘Un café con’</b>  <b>Hora de inicio: 8:13 am</b></p>	<p>Conversaron sobre la entrega de residuos como celulares, se realizó una entrevista</p>

	a experto respecto a este tema. Finalizaron con un tema de política.
--	---

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

### **Programa del 13 de marzo del 2025**

Se analiza que el programa tiene una duración de tres horas con veintisiete minutos, de 5:00 am a 8:27 am. En el set estaban los periodistas Henry Rodríguez y Lorena Bogantes. En este programa subido a la plataforma de YouTube, se hacen cortes de noticias, en algunas ocasiones cuando van a transmitir una declaración ponen unos segundos y después se corta para hablar de otro tema.

Hicieron un reportaje sobre los habitantes de calle. El productor Henry Rodríguez enfatizó en darle crédito a quienes lo realizaron. Los cuales fueron: Isaac Villalta como fotógrafo, Gabriela se encarga de hacer los videos y editarlos, Fredy Solís hace las infografías y el arte, además de Byron Agüero y Joel Solano quienes han liderado todo el tema.

En este programa hubo los siguientes segmentos:

<b>‘Lo que hay que saber’ Hora de inicio: 5:30 am</b>	Resumen de noticias: Hablan sobre un hombre fallecido tras el colapso de una mina. Trabajos de soldadura provocaron incendio. Ministro de turismo trasladado al Hospital. Temas políticos. Oficial de tránsito relacionado a un aparente abuso, quedó en libertad. Doce años del pontificado del Papa Francisco.
<b>‘Qué pasa en el mundo’ Hora de inicio: 5:32 am</b>	Hablan del Papa Francisco. Cantidad de despidos en Estados Unidos por Donald Trump.
<b>‘Lo positivo’ Hora de inicio: 5:41 am</b>	Leen mensajes del público. Hablaron de oportunidades laborales. Librería Internacional abre sucursal. Hospital realizará procedimientos médicos y quirúrgicos para reducir la lista de espera. Conversaron de conciertos con humor respecto al tema. Leen la portada del periódico. Y terminaron con noticia de una empresa liderada por mujer se expande internacionalmente.

<b>‘Las cifras’</b> <b>Hora de inicio: 5:54 am</b>	Compra y venta del dólar. Hablaron de la cantidad de multas por ingresar a la capital.
<b>‘Lo que hay que saber’</b> <b>Hora de inicio: 6:30 am</b>	Resumen de noticias: Fiscalía y OIJ realizan allanamientos. Trabajos de soldadura provocan incendio. Menor es llevada al Hospital por intoxicación. OIJ detiene a sujeto por amenazar a diputadas. Oficial de Tránsito relacionado por abuso, quedó en libertad. Doce años del pontificado del Papa Francisco.
<b>‘Es tendencia’</b> <b>Hora de inicio: 6:46 am</b>	Hicieron una entrevista sobre los cierres de rutas para trenes. Después conversaron sobre noticia de allanamiento. Hablaron de los habitantes de calle.
<b>‘Un café con’</b> <b>Hora de inicio: 7:23 am</b>	Leyeron el periódico. Hablaron de tomarse ‘un café con’ una economista, a la cual entrevistan en ese momento sobre los aranceles.
<b>‘Lo que hay que saber’</b> <b>Hora de inicio: 7:30 am</b>	Resumen de noticias: Personas detenidas en allanamientos. Menor es trasladada al Hospital por intoxicación. Rutas de tren cerradas por varios días. OIJ captura sujeto que amenazó a dos diputadas.

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

### **Programa del 14 de abril del 2025**

Se analiza que tiene una duración de dos horas con veintiséis minutos. En esta ocasión, por ser días festivos, el programa empezó a las 6:00 am y finalizó a las 8:26 am. En el set se encontraban los periodistas Henry Rodríguez, Lorena Bogantes y Anyelo Sánchez.

En este programa hubo los siguientes segmentos:

<b>‘Un café con’</b> <b>Hora de inicio: 6:20 am</b>	Leen los mensajes de los oyentes. Lorena se toma ‘un café con’ conductores de tráileres por irrespeto en carretera. Anyelo, con la presidenta ejecutiva de Recope. Y finalmente Henry, con la hija de Donald Trump la cual, estuvo en Costa Rica vacacionando. Por último,
--	--

	publicaron un video emotivo de un nieto despidiéndose de su abuela.
<b>‘Lo que hay que saber’ Hora de inicio: 6:30 am</b>	Resumen de noticias: Cruz Roja atiende incidentes por personas extraviadas en montaña. Murió tica que luchaba por su vida tras accidente en República Dominicana. Detenidos por metanfetamina pasarán tres meses en prisión preventiva. Director del OIJ descartó supuestos allanamientos en casa presidencial. Temas políticos. Cantones aplicarán ley seca en momentos de semana santa.
<b>‘Qué pasa en el mundo’ Hora de inicio: 6:32 am</b>	Hablaron sobre fútbol internacional. Noticias sobre el presidente de Ecuador. Salud del Papa Francisco.
<b>‘Lo positivo’ Hora de inicio: 6:46 am</b>	Leen mensajes de oyentes. Hablaron sobre literatura. Conversaron sobre carreras técnicas para jóvenes. Precios de hoteles en días de semana santa. También sobre personas graduadas de inglés por el INA.
<b>‘Un café con’ Hora de inicio: 7:17 am</b>	Lorena Bogantes se tomaría ‘un café con’ el director ejecutivo de Aris. Hablan sobre noticias en New York. Realizan una entrevista en vivo sobre los aeropuertos y visitantes extranjeros.
<b>‘Es tendencia’ Hora de inicio: 7:50 am</b>	Entra al set el periodista Byron Agüero. Hablan sobre la muerte de tica en República Dominicana. También sobre la semana mayor. Reacomodo del INS y del Banco Popular. También de la cantante Katy Perry y finalizan la sección conversando con humor sobre otros temas.

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

### **Programa del 24 de abril del 2025**

Se logra identificar que tiene una duración de tres horas con veintiséis minutos, de 5:00 am a 8:26 am. Están en el set los periodistas Henry Rodríguez, Lorena Bogantes y Anyelo Sánchez se incorporan después en el transcurso del programa.

En este programa hubo los siguientes segmentos:

<p><b>‘Lo que hay que saber’</b>  <b>Hora de inicio: 5:30 am</b></p>	<p>Resumen de noticias: Alerta roja por la actividad volcánica. Accidentes en ruta. Adulto mayor detenido en aeropuerto por ser sospechoso de trata de personas. Presidenta ejecutiva de la CCSS denunció a dos funcionarios. El Ministerio de Justicia limita algunos aspectos para los privados de libertad.</p>
<p><b>‘Qué pasa en el mundo’</b>  <b>Hora de inicio: 5:32 am</b></p>	<p>Muerte del Papa Francisco. Entra al set Anyelo Sánchez para realizar una entrevista en vivo sobre la muerte del Papa Francisco.</p>
<p><b>‘Las cifras’</b>  <b>Hora de inicio: 5:55 am</b></p>	<p>Leen mensajes de oyentes. Hablaron de la cantidad de personas que trasladaron el cuerpo del Papa Francisco. También, que el Papa antes de su muerte dio cierta cantidad de dinero para los presos. Cantidad de videos que se han subido en la plataforma YouTube en 20 años.</p>
<p><b>‘Un café con’</b>  <b>Hora de inicio: 6:17 am</b></p>	<p>Leen mensajes del público. Lorena se tomaría ‘un café con’ las personas que han estado 5 horas en fila para poder ver el cuerpo del Papa Francisco. Henry se tomaría ‘un café con’ el geólogo de la Comisión Nacional de Emergencias, el cual tuvieron en entrevista en vivo.</p>
<p><b>‘Lo que hay que saber’</b>  <b>Hora de inicio: 6:30 am</b></p>	<p>Resumen de noticias: Erupción del volcán Poas. Temas políticos. Presidenta ejecutiva de la CCSS denunció a dos funcionarios. Manifestación por medidas implementadas por el Ministerio de Justicia.</p>
<p><b>‘Es tendencia’</b>  <b>Hora de inicio: 6:49 am</b></p>	<p>Entra el periodista Byron Agüero. Leen mensajes de los oyentes. Hablan sobre temas políticos. Las presas en distintas zonas. Muerte del Papa Francisco. Finalizan con videos de inteligencia artificial sobre el Papa Francisco.</p>
<p><b>‘Un café con’</b>  <b>Hora de inicio: 7:24 am</b></p>	<p>Henry se tomaría ‘un café con’ Vladimir Putin. Anyelo con el cardenal Ángelo Becciu.</p>

<b>‘Lo que hay que saber’</b> <b>Hora de inicio: 7:30 am</b>	Resumen de noticias: Incendio en mueblería. Temas políticos. Se mantiene monitoreo en el volcán Poás.
<b>‘Un café con’</b> <b>Hora de inicio: 8:10 am</b>	Finalizan con una entrevista al ministro de justicia.

Fuente: Castro y Barrantes, 2025.

Para concluir, el análisis de esta sección permite observar cómo Desde Buena Mañana logra mantener el equilibrio entre la función informativa y la cercanía con su público, utilizando “Lo que hay que saber” como un recurso estratégico para actualizar, conectar y fidelizar a su audiencia.

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente capítulo reúne las conclusiones finales de la investigación titulada Análisis de las estrategias de comunicación y de los procesos de diseño empleados por el programa Desde Buena Mañana durante el periodo de noviembre del 2024 a abril del 2025. Este estudio se propuso comprender cómo el programa de Extra Radio 92.3 FM logra equilibrar la información y el entretenimiento, fortalecer la interacción con su audiencia y posicionarse como una propuesta innovadora dentro de la radio costarricense comúnmente escuchada.

A partir de los resultados obtenidos en las entrevistas a profundidad con el equipo de periodistas, controlistas y productores, así como el análisis de contenido de varias transmisiones noviembre del 2024 a abril del 2025, fue posible identificar patrones en la manera en que el programa estructura sus mensajes y cómo es su tipo de narración, como también el uso que hacen de los recursos sonoros y organizan su flujo informativo.

La investigación permitió comprobar que Desde Buena Mañana ha logrado consolidarse como un espacio radial informativo con un fuerte componente de entretenimiento, cuyo éxito se fundamenta en su capacidad para mantener una conexión emocional y participativa con la audiencia. Este vínculo no es producto del azar, sino de una estrategia de comunicación, que, aunque no tengan una como tal por escrito, desde un inicio la idea principal fue combinar profesionalismo, empatía y creatividad en el tratamiento de la información.

El programa ha sabido adaptarse a las transformaciones del entorno mediático, integrando plataformas digitales como Facebook y YouTube en su transmisión simultánea, lo que amplía su alcance y favorece la interacción. Esta multicanalidad 360, como el equipo del programa lo describe, convierte al programa en un modelo de convergencia mediática, donde la radio tradicional se reinventa más que todo a través de la participación del público en tiempo real.

De igual manera, se constató que el proceso de diseño y producción del programa responde a una planificación organizada pero flexible. Cada emisión es el resultado de un trabajo colaborativo entre periodistas, locutores y técnicos, quienes mantienen una coordinación constante para garantizar la fluidez y el dinamismo característicos del formato, apoyándose mucho de los recursos sonoros y narrativos. La rutina de trabajo desde la selección de temas hasta la preparación de entrevistas y el control técnico evidencia una comprensión integral del producto comunicativo.

A nivel discursivo, el programa logra mantener una línea de comunicación clara, positiva y accesible, orientada a acompañar al oyente desde las primeras horas de la mañana. Este tono cercano y humano refuerza la identidad de Desde Buena Mañana como un programa de servicio público, comprometido con informar sin saturar y entretener sin caer en lo informal e irrespetuoso.

Finalmente, los resultados confirman que la efectividad del programa está estrechamente vinculada a la coherencia entre sus objetivos comunicativos, la estructura narrativa y el perfil del público meta. El conocimiento de la audiencia; personas adultas, trabajadoras y de intereses variados permite que el contenido se ajuste a sus hábitos y expectativas, consolidando una propuesta radiofónica competitiva y socialmente significativa.

### **5.1. Conclusiones**

Como objetivo general, se logró identificar que las estrategias comunicativas del programa se caracterizan por su enfoque, en que los periodistas del programa no ven el hecho de comunicar como una simple transmisión de mensajes, sino como un proceso bidireccional en el que la audiencia es parte activa.

Esto se refleja en el uso constante de saludos personalizados, referencias a comentarios del público, dinámicas que fomentan la interacción, oyentes que les facilitan a los presentadores noticias a última hora puesto que ellos están presentes en el lugar y cuando el público pregunta sobre noticias de las que ellos no tienen información, hacen lo que esté a su alcance para brindarle al público una respuesta a su consulta.

El tono del programa es formal, cálido y cercano, lo cual genera un ambiente de confianza entre locutores y oyentes. Esta estrategia responde a una comprensión práctica del medio radiofónico, en el que la voz se convierte en un canal de acompañamiento emocional. La voz del director, Henry Rodríguez conectó mucho con el público y desde el inicio del programa el momento actual, es de lo que más le gusta a la gente, por su tono jovial, pero con experiencia y por su carisma. El humor, la espontaneidad y la empatía de Desde Buena Mañana se integran como herramientas comunicativas que humanizan la información y la hacen más accesible.

Con respecto al objetivo específico, de los canales de comunicación utilizados, la estrategia multicanal implementada por Extra Radio es uno de los pilares del éxito de Desde Buena Mañana. La transmisión simultánea en radio, televisión y plataformas digitales particularmente YouTube,

Extra Radio 92.3 FM y Facebook Live amplía la accesibilidad y convierte el programa en una experiencia multiplataforma.

Esta diversificación de canales no solo busca ampliar la audiencia, sino también adaptarse a los nuevos hábitos de consumo informativo, caracterizados por la movilidad y la interacción. Las redes sociales o más que todo el número de WhatsApp, funcionan como un espacio de retroalimentación inmediata, donde los oyentes pueden expresar opiniones, sugerir temas y sentirse parte de la producción. De este modo, la estrategia comunicativa trasciende el formato radial y se convierte en una red de comunicación participativa y en constante actualización. Lo cual lo hace diferente a los demás programas de radio que no tienen este formato 360, como así lo describen los periodistas entrevistados.

Para el siguiente objetivo específico sobre los procesos de diseño y producción, durante la investigación se ha observado que revelan un alto nivel de organización interna. Con respecto a esto, también entra de la mano el último objetivo del contenido del programa. La estructura de Desde Buena Mañana se compone de secciones estables: Un café con, La cifra, Es tendencia, Lo que hay que saber, Lo Positivo, Qué pasa en el mundo y los Deportes; otorgan identidad y ritmo a la transmisión.

Estas secciones funcionan como ejes temáticos que permiten equilibrar los distintos tipos de contenido y mantener la atención del público. Las noticias no solamente son informadas de manera común, sino que Desde Buena Mañana buscó la manera de dar información desde este tipo de segmentos que hace al programa mucho más interactivo y dinámico.

El control técnico desempeña un papel esencial en la calidad del producto. El manejo del sonido, las transiciones entre segmentos, el uso de cortinas y la musicalización contribuyen a sostener el dinamismo del programa. Asimismo, el equipo de producción mantiene una comunicación constante para ajustar los tiempos, coordinar entrevistas y resolver imprevistos en tiempo real.

Este modelo organizativo demuestra que la efectividad comunicativa depende tanto del contenido como de la coordinación operativa. La integración entre lo técnico y lo editorial constituye un sello distintivo del programa, que se traduce en una experiencia auditiva fluida y profesional.

Para otro de los objetivos específicos, el cual es el uso de recursos sonoros y narrativos; el análisis de contenido permitió identificar un uso estratégico de los recursos sonoros y narrativos. Las cortinas musicales funcionan como marcadores de identidad y facilitan la transición entre secciones. La música seleccionada se adapta al tono del segmento: animada en momentos de entretenimiento y sobria en espacios informativos. Además de no solamente contar con un género musical a la hora de colocar canciones, sino que son conscientes de que los oyentes escuchan muchos géneros, por lo que en todos los programas varían su musicalidad.

En el ámbito narrativo, se emplean recursos como la alternancia de voces, la conversación entre locutores y el uso de historias o anécdotas para contextualizar la información. Estas estrategias crean un sentido de cercanía con el oyente y transforman el mensaje en un relato compartido en el que el público se siente parte de ellos. En la comunicación, lo primordial es hacer sentir a la gente parte importante y que sepan que su voz es lo que cuenta y Desde Buena Mañana tuvo eso como clave desde el inicio.

Una de las conclusiones más significativas del estudio es que Desde Buena Mañana logra un equilibrio sostenido entre el rigor informativo y el entretenimiento. Este balance es resultado de una planeación cuidadosa y de la experiencia del equipo en combinar noticias de actualidad pero también con secciones ligeras y optimistas.

El entretenimiento no se utiliza como un fin en sí mismo, sino como un medio para hacer la información más digerible y cercana a todas las personas que los escuchan. En este sentido, la producción adopta un enfoque de comunicación positiva que privilegia las historias humanas, los mensajes constructivos y los temas de interés social. Este modelo contribuye a la formación de una audiencia crítica, informada y a la misma vez a un público emocionalmente vinculado con el medio.

En el plano académico, esta investigación aporta al estudio de la comunicación estratégica en la radio costarricense, demostrando que los programas radiales contemporáneos pueden reinventarse mediante la integración de recursos digitales, narrativos y participativos. El análisis de Desde Buena Mañana constituye un caso de estudio aplicable a futuras investigaciones sobre convergencia mediática y comunicación emocional en medios tradicionales.

En el ámbito profesional, el trabajo ofrece una guía de buenas prácticas para periodistas, productores y comunicadores interesados en fortalecer la relación con su audiencia lo cual es lo más importante que tienen que aprender los comunicadores: tener empatía. La empatía hace que se genere la conexión y cercanía con el público. La planificación de contenidos, la claridad en los roles de producción, la coherencia en el mensaje y la gestión técnica eficiente se presentan como factores esenciales para el éxito de cualquier programa radial.

Además, la investigación evidencia la importancia de comprender la radio no solo como un medio de transmisión, sino como un espacio de construcción social, donde las voces, los sonidos y las emociones configuran una narrativa que influye en la vida cotidiana de las personas.

## **5.2. Recomendaciones**

El presente apartado tiene como propósito presentar una serie de recomendaciones derivadas del análisis realizado sobre las estrategias de comunicación y los procesos de diseño implementados por el programa Desde Buena Mañana durante el periodo comprendido entre noviembre del 2024 y abril del 2025. Estas recomendaciones buscan aportar herramientas prácticas que contribuyan a fortalecer la producción y el contenido del programa de acuerdo con los hallazgos obtenidos en el trabajo de campo.

Las sugerencias aquí planteadas se obtienen de la observación de las entrevistas a los miembros del equipo de producción y el análisis de los recursos comunicativos empleados en el programa. De igual forma, este capítulo busca servir como una guía práctica para el equipo de producción, así como para futuros proyectos radiales de los estudiantes de periodismo de las universidades interesados en integrar de manera efectiva los recursos digitales, la interacción con la audiencia y el enfoque de entretenimiento responsable. Las recomendaciones que se presentan parten de un análisis integral que considera tanto los logros alcanzados por el programa como las oportunidades de mejora identificadas durante el proceso investigativo.

Con respecto a las recomendaciones que se le dan a la Universidad Internacional de las Américas, es importante que se logre hacer una actualización de los planes de estudio entorno a la comunicación estratégica; se podría incluir cursos acerca de la gestión de audiencias, estrategias

de comunicación más enfocadas a la parte emocional y que los comunicadores sean más empáticos a la hora de dirigirse a las personas.

Puesto que, ser periodistas no es solamente dar información o hacer preguntas frívolas sin pensar en lo que está sintiendo la persona en ese momento, como, por ejemplo, los casos de entrevistas a familiares de personas involucradas en accidentes, esos momentos se tienen que abordar con prudencia y respeto. Este podría ser un curso que se llame: 'Ética y responsabilidad comunicativa'.

Además, los futuros periodistas deben tener más conocimiento acerca de los programas de radio que se están modernizando; ya que, como se observó a lo largo de este trabajo, la radio crea cercanía y es compañía para muchas personas actualmente en el país. Los periodistas son la voz del pueblo, y eso, tiene que ser lo más importante a la hora de ejercer esta profesión.

También, es importante que la universidad haga más visitas a programas radiales, ya que, se hacen muchas visitas a programas de televisión muy conocidos en el país, pero en muy pocas ocasiones, casi que nulas, se hacen visitas a programas de radio. Esto quiere decir que los estudiantes tienen más conocimiento acerca de cómo funcionan los programas de televisión, pero no de radio.

A los estudiantes que están próximos a realizar un trabajo de investigación como la presente tesis, es importante que mantengan una comunicación constante con el equipo del medio de comunicación a investigar. Es recomendable contactarlos en el momento en el que se empieza a hacer el trabajo, estar pendiente del programa constantemente y muy importante, no tener dos o tres personas a entrevistar, sino preferiblemente tener conversaciones con todos los involucrados, ya que, es muy común que ciertos de los posibles entrevistados no puedan llegar a dar declaraciones en el momento que se vayan a necesitar.

Como se ha mencionado en reiteradas ocasiones, una de las partes más valiosas para los periodistas tiene que ser el público, por lo que, una recomendación a los futuros periodistas es que enfoquen su trabajo de investigación a la relevancia social de la comunicación; no limitar únicamente la investigación en la parte técnica, sino analizar por qué ese programa que van a analizar influye en su audiencia y de qué manera generan la construcción de una comunidad fiel

al programa. Como última recomendación, el trabajo de campo en medios de comunicación es muy dinámico, es importante gestionar bien el tiempo y la planificación para que no llegue a haber un atraso en su tesis.

En relación a las debilidades que presenta el programa Desde Buena Mañana, se observa que, a pesar de ser un programa con múltiples plataformas para difundir su contenido, no las utilizan para enganchar al público, ya sea con clips, fotos o videos interactivos. De hecho, no cuentan con un perfil propio de Instagram o Facebook, a pesar de ser las aplicaciones más utilizadas en el mundo. Si esto existiera, muchas más personas los conocerán y tendrían más audiencia.

Además, de cierta manera existe una sobrecarga de contenido informativo, en algunas ocasiones son más de tres horas de programación, por lo que, se puede llegar a tornar cansado para los oyentes, el estar repitiendo cierta información en el transcurso del programa. Se recomienda crear nuevas secciones, como lo mencionó el director Henry Rodríguez en la entrevista; crear segmentos para pymes o una parte en la que los oyentes puedan participar activamente, compartir sus experiencias o expresar sus opiniones sobre temas de interés general. Esto permitiría renovar la dinámica del programa, generar mayor interacción y mantener la atención del público durante toda la emisión. Asimismo, incorporar espacios con enfoques distintos, como cápsulas culturales, consejos prácticos o entrevistas breves, podría aportar variedad al contenido y reforzar la identidad cercana y participativa que caracteriza al programa Desde Buena Mañana.

Finalmente, este apartado no pretende establecer conclusiones cerradas, sino más bien abrir un espacio de reflexión sobre la importancia de adaptar las estrategias comunicativas a las transformaciones tecnológicas y sociales actuales. Las recomendaciones planteadas procuran impulsar la innovación en la producción radial costarricense y fortalecer la relación entre la comunicación, la creatividad y la cercanía con la audiencia, elementos fundamentales para mantener la vigencia y el impacto de los medios actuales y los que están por venir.

Para finalizar este capítulo, Desde Buena Mañana representa un ejemplo exitoso de adaptación del periodismo radiofónico a las nuevas exigencias comunicativas. Su modelo de trabajo demuestra que la combinación entre estrategia, empatía y diseño puede generar productos

mediáticos sostenibles, cercanos y socialmente relevantes a pesar del poco tiempo que tienen al aire. El programa reafirma el poder de la radio como medio vivo, capaz de informar, entretener y acompañar, en sintonía con una audiencia que busca cada mañana comenzar su día “en buena compañía y con buena información”.

## Referencias bibliográficas

- Abella, J. (2019). Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada. *academia.edu*, pp.1-34. <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/Las-t%C3%A9cnicas-de-an%C3%A1lisis-de-contenido-una-revisi%C3%B3n-actualizada.pdf>
- Ancajima Choquehuanca, J. L. (2023). *La importancia de las estrategias de comunicación para el desarrollo*. [Trabajo de Grado de Bachillerato, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/6786/1/TIB\\_AncajimaChoquehuancaJonathan.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/6786/1/TIB_AncajimaChoquehuancaJonathan.pdf)
- Arellano, E. (2008). La estrategia de comunicación orientada al desarrollo de la cultura organizacional. *Razón y Palabra*, 13(2), pp.1-15. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520741037.pdf>
- Arévalo, F. (2020). *Análisis de las estrategias de comunicación del canal televisivo Viva TV en la red social YouTube*. [Trabajo final de graduación, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/5234dc5c-44fb-42e2-a726-3a8872abe7aa/content>
- Azuero, A. (2018). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 4, pp.110-127. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7062667>
- Baisebre, A. (1996). *El lenguaje radiofónico*. Ediciones Cátedra.
- Barrantes, J. (2014). *Análisis de los gustos, preferencias y hábitos de consumo de medios de comunicación de los Trabajadores de la Construcción en Obra en Costa Rica*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Costa Rica]. <https://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr/server/api/core/bitstreams/c4a6bf94-fa4d-426e-86f4-4a4d1c4d021f/content>
- Barraza, A. (2021). *Manual de temas nodales de la investigación cuantitativa. Un abordaje didáctico*. Editorial Universidad Pedagógica de Durango. <https://centro-investigacion->

[innovacion-educativa.bravesites.com/files/documents/306aa3ba-3be8-4e59-ab4d-51508f7513c6.pdf#page=82](http://innovacion-educativa.bravesites.com/files/documents/306aa3ba-3be8-4e59-ab4d-51508f7513c6.pdf#page=82)

- Bastidas, C. (2015). Estrategias de comunicación para el cambio social en el fortalecimiento de la organización Mujeres Valientes. [Tesis de Licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9094/1/UPS-QT06771.pdf>
- Cardozo, V. (2017). La comunicación en el Marketing. *Visión Gerencial*, 2, pp. 196-206. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24775w/465545876009.pdf>
- Cascales, G. Cortés, T. Galmés, M. (2015). Social media y estrategias de comunicación de las redes sociales en el sector hotelero de la comunidad de Madrid. *Journal de Comunicación*, 11, pp.249-282. [https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/142550/Social\\_Media\\_y\\_estrategias\\_de\\_C\\_omunicaci.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/142550/Social_Media_y_estrategias_de_C_omunicaci.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Egas, E. Yance, K. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil – Ecuador. *Revista Espacios*, 39(24), pp.1-13. <http://w.revistaespacios.com/a18v39n24/a18v39n24p20.pdf>
- Gallego, D. Bustamante, L. Quintero, L. Jiménez, J. Echeverri, C. (2018). La importancia de los recursos financieros personales y su relación con la inteligencia financiera: revisión documental. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (55), pp.173-191. <https://www.redalyc.org/journal/1942/194258529015/194258529015.pdf>
- Gallego, J. (2018). Cómo se construye el marco teórico de la investigación. *Revista Cuadernos de Pesquisa*, 48(169), pp.830-854. <https://www.scielo.br/j/cp/a/xpbhxtDHLrGHfLPthJHQNwK/?format=pdf&lang=es>
- García, M. López, I. (2014). Definición, clasificación de la variable recursos financieros docentes para la evaluación institucional. *EduSol*, 14(47), pp.1-10. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5678375>
- Garrido, F. (2017). Comunicación Estratégica. Un puente significativo para la creación de valor empresarial. *Researchgate*, 3, pp.1-20 <https://www.researchgate.net/profile/Francisco->

Garrido-

4/publication/31735796 Comunicacion estrategica FJ Garrido M/links/56d8484108aee1aa5f7c3055/Comunicacion-estrategica-FJ-Garrido-M.pdf

Golovina, N. (2014). La comunicación masiva y el comportamiento del consumidor Orbis. *Revista Científica Ciencias Humanas*, 10(28), pp.190-198.  
<https://www.redalyc.org/pdf/709/70930408011.pdf>

Hernández, R. Fernández, C. Baptista, M. (2006). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.  
[https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia de la investigacion - roberto hernandez sampieri.pdf](https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia%20de%20la%20investigacion%20-%20roberto%20hernandez%20sampieri.pdf)

Jiménez, O. (2017). *La concentración en los medios de comunicación de Costa Rica: El caso de la radios y la televisión abierta*. [Tesis de Maestría, Universidad de Costa Rica].  
<file:///C:/Users/pgamb/AppData/Local/Temp/MicrosoftEdgeDownloads/af4a0ec7-f3bc-45d9-8a3f-1c3cfd217686/43180.pdf>

Masis, S. (2022). *Investigación de mercados para determinar el perfil y nivel de satisfacción del cliente, así como, el posicionamiento de marca para la empresa mayoreo online*. [Proyecto de Grado de Bachillerato, Tecnológico de Costa Rica].  
<https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/14238/Investigaci%C3%B3n-Mercados-Determinar-Perfil-Nivel-Satisfacci%C3%B3n-Cliente-Posicionamiento-Marca-Mayoreo-Online.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mbawmbaw, J. (2008). Elementos del posicionamiento asociados a la percepción del público objetivo actual y potencial de universidades privadas de la Ciudad de México. *Ciencias Económicas Administrativas*, 7, pp.37-44.  
<file:///C:/Users/pgamb/AppData/Local/Temp/MicrosoftEdgeDownloads/829ec487-3c3c-4e50-895b-29818c84a6a1/Dialnet-ElementosDePosicionamientoAsociadosALaPercepcionDe-2986560.pdf>

Mendoza, D. López, D. Salas, E. (2016). Planificación estratégica de recursos humanos: efectiva forma de identificar necesidades de personal. *Revista Económicos*, 37(1), pp.61-78.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5794127.pdf>

- Nacke, M. Cellucci, M. (2013). *La planificación estratégica: herramienta para la transparencia y la rendición de cuentas en el gobierno local*. (Documento de Trabajo, No. 107). CIPPEC. <https://www.cippec.org/wp-content/uploads/2017/03/1555.pdf>
- Portuguez, G. (2003). *Estudio de mercado exploratorio sobre medios de Comunicación masivos en el cantón de San Carlos*. [Proyecto de Grado, Instituto Tecnológico de Costa Rica]. <https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/5903/ESTUDIO%20DE%20MERCADO%20EXPLORATORIO%20SOBRE%20MEDIOS%20DE%20COMUNICACION%20MASIVOS%20EN%20EL%20CANTON%20DE%20SAN%20CARLOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Prietto, G. Revilla, F. (2023). *Influencia de los canales de comunicación en el fortalecimiento de la comunicación interna en la Municipalidad Distrital de Salaverry, 2023*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego]. <https://repositorio.upao.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/f2ac0187-52e1-484f-ac3b-71e6cb728e44/content>
- Ramírez, S. Torres, D. (2018). *Propuesta metodológica para la realización de un producto de radio universitaria a partir de los conceptos de reconocimiento e identidad*. [Trabajo de Grado, Corporación Universitaria Minuto de Dios]. <https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/fdee1fa9-2de2-4bf7-823d-cd268fdc909f/content>
- Ramos, R. (2016). *Cambio en los modos de producción y de consumo del audiovisual por efecto de las exigencias parámetros de estructura comunicacional de las redes sociales como YouTube y Facebook: el caso de Enchufe.tv* [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5452/1/T2163-MC-Ramos-Cambio.pdf>
- Ríos, E. Páez, H. Barbos, J. (2020). *Estrategias de Comunicación. Diseño, Ejecución y Seguimiento*. Editorial REDIPE. <https://repositorioinstitucional.ufpso.edu.co/bitstream/handle/20.500.14167/2832/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Ripani, M. (2013). Convergencia y cultura digital en la industria del entretenimiento y de los medios. *Palermo Business Review*, 8, pp.26–69. [https://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/rwe8/PBRRespecial\\_02ripaniWEB.pdf](https://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/rwe8/PBRRespecial_02ripaniWEB.pdf)
- Rodríguez, A. Martínez, A. Martínez, E. (2004). Fuentes de información en investigación socioeducativa. RELIEVE. Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa, 10(2), pág. 117-134. <https://www.redalyc.org/pdf/916/91610202.pdf>
- Rodríguez, B. Bao, L. Saltos, R. (2015). Estrategia de comunicación en redes sociales. Escenarios teórico prácticos para los medios de comunicación en Cuba. *Razón y Palabra*, (92), pág. 1-40. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199543036010.pdf>
- Rodríguez, N. (2007). Un modelo de comunicación en la educación a distancia. Una reflexión educocomunicativa. *Innovación Educativa*, 7(36), pp.36-51. <https://www.redalyc.org/pdf/1794/179420814004.pdf>
- Ruiz, A. (2021). *El contenido y su análisis: Enfoque y proceso*. Editorial Universidad de Barcelona. [https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/179232/1/El\\_contenido\\_su\\_analisis\\_2021.pdf](https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/179232/1/El_contenido_su_analisis_2021.pdf)
- Ruiz, J. (2017). Millennials y redes sociales: estrategias para una comunicación de marca efectiva. *Revista Miguel Hernández Communication Journal*, 12(104), pp.347-367. <https://revistas.innovacionumh.es/index.php/mhcj/article/view/196/372>
- Salas, E. Lecaro, A. (2017). La Comunicación Estratégica como factor determinante del valor de marca en empresas grandes de Guayaquil (Ecuador). *Revista Espacios*, 39(07), pp.1-16. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p20.pdf>
- Sánchez-Londoño, N. (2022). Una mirada crítica a las nuevas formas de entretenimiento. *Minka*, (4), pp. 23-33. <https://www.aacademica.org/nestor.daniel.sanchez.londono/11.pdf>
- Uriarte, S. (2017). *La comunicación radiofónica*. Publicación Independiente.
- Valverde, A. Sánchez, I. (2020). *Análisis de estrategias comunicacionales para la radio digital 'Éxitos FM'*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19592/1/UPS-TTQ184.pdf>

Vega, D. Corral, G. (2013). *Impacto de la oferta y consumo de servicios de entretenimiento familiar en el cantón Quito para el período 2006-2011*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11349/1/UPS-QT09240.pdf>

## **Anexos**

### **Anexo I: Entrevista de profundidad**

Fecha: 14/10/2025

Nombre del entrevistador: Monserrath Castro Amador y Paulette Stacy Barrantes Jiménez

Nombre del entrevistado: Ángel Sánchez (Ex productor del programa)

Institución, Empresa, Comunidad: Extra Radio

La siguiente entrevista tiene como propósito aportar insumos relevantes para el desarrollo de una Tesis de Grado de Bachillerato en Periodismo, elaborada bajo el acompañamiento de la Universidad Internacional de las Américas. Esta investigación tiene como objetivo analizar las estrategias de comunicación y los procesos de diseño empleados por el programa Desde Buena Mañana durante el periodo comprendido entre noviembre de 2024 y abril de 2025. La entrevista busca profundizar en aspectos clave del enfoque comunicacional del programa, así como en los elementos visuales y narrativos que lo caracterizan. La información proporcionada será utilizada exclusivamente con fines académicos.

**1. Angie nos contaba ayer, que Desde Buena Mañana fue construido básicamente por ustedes tres, ¿Cómo fue que Henry los contactó para hablarles sobre esta idea o cómo fue todo ese proceso para crear el programa?**

Bueno la idea 100% es de Henry, todo es concebido por Henry, que ya él traía desde hace varios años. El concepto lo fuimos construyendo entre los tres, de alguna manera los tres participábamos del programa, pero la construcción diaria del programa lo hacíamos Henry y yo. Henry como director, yo como productor, casi que, siendo jefe de información. Pero yo no tenía un equipo como tal, yo no era jefe de Angie, yo no le daba indicaciones de los temas. Angie no tenía la obligación de presentar ningún tema, entonces no era una redacción como tal, todo nacía de Henry y mi persona.

En algún momento integramos la mesa de directores y jefes de información de la empresa que se reunía todos los días en la mañana, pero eso fueron como unos tres meses. Ya después nos separamos de la mesa y solo se quedaron los directores y digo «nos» porque Angie y yo lo integrábamos.

Pero el concepto trataba de ser un programa más fresco, más dinámico con las secciones, obviamente siempre con el seguimiento de las noticias. Es un concepto que me gusta mucho, los otros noticieros son demasiado planos, demasiado aburridos. Yo creo que el noticiero es el director, si el director es aburrido el noticiero es aburrido, no me cabe la menor duda. Y no es que Henry sea un payaso y por eso el noticiero es tan dinámico, no. Henry es más jovial, tiene una personalidad más jovial en el noticiero, siempre con la seriedad del caso, pero jovial. Algo que no dije y me parece muy importante; nosotros no leíamos un guion. Nosotros sí teníamos guion y nos ayudábamos de él, pero no leíamos la noticia, nosotros teníamos un contexto de lo que había pasado.

## **2. ¿Cuánto tiempo estuvo en el programa y cuáles eran sus funciones?**

Un año completo como productor. Yo me encargaba de conseguir todas las entrevistas que pasaban por el programa, era un noticiero de 3 horas y media con un mínimo de cuatro entrevistas todos los días. Nunca hubo menos de cuatro entrevistas, llegaron a haber nueve en un solo día, la media yo diría que eran cinco seis diarias. Cuando salí hice el cálculo de lo mínimo y fueron más de 900 entrevistas en un año.

Yo me encargaba de conseguir todo eso, yo coordinaba con todos los periodistas de la redacción, ya sea de televisión, de periódico, de radio, que saliera al aire; sea en cabina o afuera todos pasaban primero por mí. Yo coordinaba con ellos a que hora entraban y la información que ellos manejaban. Si había algo que cubrir, coordinaba con ellos para ver quién iba, etc.

También hice el guion por 7 meses. Después, entró un compañero que me desahogó, suena muy bonito, pero yo trabajaba de 4 de la mañana a 7 de la noche, era una locura. A veces trabajaba un poco más porque la coordinación de entrevistas es lenta, es un trabajo que empiezas desde temprano, pero tenía gente que confirmaba hasta las 9 de la noche y no les podía decir que no.

## **3. ¿Cómo equilibraban la información y el entretenimiento para mantener un tono más cercano y más atractivo con el público?**

Yo creo que para darle un equilibrio y que el programa fuera dinámico, había varias secciones. Entonces, cada sección tenía como foco una noticia, no era algo que nos inventábamos,

era una noticia que afectaba a alguien, bueno o malo afectaba a alguien y dábamos un matiz entorno a la noticia. Eso lo hace muy dinámico, porque yo le estoy contando una noticia entorno a algo diferente, entorno a una sección diferente, y vea que yo no tengo un guion.

Por eso les digo, nosotros les damos la noticia, es esta improvisación y no improvisación, porque no estoy improvisando la noticia porque no me la estoy inventando, pero lo que sí estoy improvisando es como la estoy contando.

Al final nosotros como periodistas tenemos que saber contar historias nos guste o no, tenemos que saber contar historias. A mí me parece que el concepto que da Henry y haber trabajado con él, me da esta facilidad de tener un contexto de la noticia y poder contar, pero eso es algo que se tiene que ir practicando. Eso le daba mucho dinamismo, como los mensajes de los oyentes y poníamos videos que no necesariamente tenía que ser noticia.

**4. ¿Cómo llegaron a planear todas las secciones que tiene el programa, en que se basaron para agregar todos los segmentos?**

Todas las secciones fueron ideadas por Henry. En algún momento hicimos una mesa redonda los tres, al puro inicio, y fuimos pensando en más secciones. Ahí salieron algunas y finalmente quedamos con las que les mencioné, pero todo el concepto de secciones la gran mayoría fueron creadas por Henry, y nosotros las fuimos puliendo. Hicimos observaciones, pero la gran mayoría fueron pensadas por Henry, ya venían del proyecto anterior en El Mundo, y creo que también las utilizó en ADN.

**5. Según su experiencia en el programa ¿Cuál fue el segmento que recibió más atención y aceptación del público?**

Yo creo que ‘Un café con’, porque es café; la gran mayoría de gente toma café. A todos nos guste o no nos guste el café en algún momento nos hemos sentado en una mesa a tomar café; a conversar, contar historias. Entonces el café para mucha gente significa unión familiar, significa un momento de familia, un momento para conversar. Yo creo que el café pudo haber sido la sección con que la gente se identificara más por ese significado que tiene para la gente, y por como nosotros les contábamos la noticia. La gente sentía que literalmente estaba en la casa o en la sala tomándose un café con nosotros mientras le contábamos una noticia.

**6. ¿Cuál fue el mayor reto que tuvo cuando estuvo dentro del programa?**

Yo estuve 15 años trabajando en deportes, pero nunca había sido productor de un noticiero como tal. Para mí, el mayor reto era conseguir a la gente, ese era el reto que a mi más me abrumaba, porque nunca había tenido ese rol. La gente que tenía que conseguir era desde diputados, ministros, a el presidente de la república, contactos internacionales; igual, políticos, académicos, analistas dentro y fuera del país. Mi agenda de contactos era muy limitada cuando yo empecé, tenía muy pocos contactos, eran los que me había hecho como corresponsal, todos locales, y como le digo, muy poquitos.

Gracias a Dios para Henry eso no fue un obstáculo, porque sino, no me hubiera contratado. Ahora después de estar más en esto, la agenda es más robusta, pero el mayor reto era conseguir a la gente que Henry quería o que Henry proponía.

**7. El tiempo que usted estuvo dentro del programa, ¿hay algo que lo haya podido sorprender sobre el poder de la radio para lograr conectar tanto con la gente?**

Yo creo que la radio es cercanía, a la gente eso es lo que le gusta, que pueda estar haciendo lo que sea y tiene el radio encendido, que alguien esté hablando o que haya música. Hay gente que escucha programas porque le gusta informarse y hay gente que solo música, pero sigue siendo compañía.

Yo creo que, en esta etapa, lo que me fue llamando la atención es que la gente se fue enganchando con el concepto, con la compañía, y nosotros terminamos siendo compañía para ellos. Cualquier espacio en la radio es compañía, porque eso es la radio. Pero nosotros por esa cercanía, por esa forma de hablar, porque leíamos mensajes al aire, la gente se sintió mucho más identificada, se sintió mas cercana al concepto.

**8. ¿Hay habilidades que usted considera que actualmente debería de desarrollar un periodista radiofónico para conectar con la gente que tal vez antes no era muy necesario?**

Yo creo que un periodista debería de tener facilidad de contar historias. El periodista debe tener la habilidad de entender lo que le está comunicando a la gente, y esto parece muy obvio, pero

no lo es; muchas veces el periodista lee el guion, pero al final no sabe qué está informando. Entonces tiene que saber contar una historia para poder contar una noticia.

La improvisación, tienen que aprender a improvisar con lo que tiene a mano, pero siempre escuchándose profesionales, nunca bateando.

**9. ¿Había algo que el público no percibía tanto, pero para ustedes era esencial para que el programa funcionara bien?**

La producción definitivamente, y no solo con nosotros, con cualquier programa de televisión o radio. La gente no ve la puesta en escena, es como una obra de teatro; usted va al teatro y solo ve la puesta en escena; pero ¿qué hay detrás de la obra de teatro? De repente es más importante que los actores, porque es lo que les da sentido a las cosas. Sin la escenografía en una obra teatro de repente la obra no tendría tanto sentido. La producción nadie la ve, la gente nada mas dice “qué buen programa”, pero no sabe a qué hora empezamos a coordinar esas entrevistas.

La producción nadie la ve, entonces es un elemento que la gente no percibe, y no tiene por qué. Se los podemos contar sí, en un programa se le puede decir a la gente “bueno la producción de este programa lo realiza tal persona”, pero yo creo que es de los elementos que pasan más desapercibidos y que son muy muy importantes.

**10. ¿En su opinión que mejoras podría implementar el programa Desde Buena Mañana para fortalecer su alcance y conexión con la audiencia?**

Yo ya salí de la empresa, yo ya hice varias sugerencias durante el tiempo que estuve ahí. Dentro de las sugerencias que hice, para tener un mayor alcance; era que las entrevistas más importantes tenían que subirse a redes sociales, como los clips, los extractos de las entrevistas más importantes. Eso lo estoy haciendo en la empresa en la que trabajo para que la gente llegue a nuestras redes sociales, para que llegue a nuestra página web, para que nos escuche, nosotros le podemos dar una pincelada de cómo lo hacemos. Me parece que cualquier programa en la actualidad, esos clips de las entrevistas son muy importantes, muy valiosas, Desde Buena Mañana nunca lo hizo, y sí me parecía muy muy importante.

**11. ¿Para usted cual era el tema que mas predominó en el programa?**

100% informativo, lo que pasaba en ese momento. Desde mi punto de vista, lo más importante siempre fueron las noticias, ¿cuál noticia? no sé, nosotros nos llegamos a convertir no en medio sucesero como tal, pero sí le dábamos mucho seguimiento a allanamientos, accidentes de tránsito, incendios, también a homicidios. Casi que podíamos abrir el noticiero con una noticia de ese impacto, los fines de semana había un resumen de sucesos que a Henry le gustaba, a mí no tanto. Pero bueno, yo diría que ese tipo de noticias, si tuviera que elegir alguna de todas en las que se fue haciendo un poquito más de énfasis diría que judiciales y sucesos, fueron las que tomaron un poquito más de fuerza.

**12. ¿Cree que Desde Buena Mañana es un programa diferente a los demás, cuál cree usted que es el sello distintivo del programa al resto?**

Sí, Desde Buena Mañana es un programa muy muy diferente a cualquiera que usted se vaya a encontrar en radio, y yo los he escuchado todos. Tampoco es que hay 100, pero sí los conozco todos. Sí es muy diferente, yo creo que lo que lo hace diferente es la dinámica del noticiero, es muy fresco, muy dinámico, no es plano, la interacción entre los presentadores.

Yo sé que eso se va a mantener, nos reíamos, vacilábamos; eso lo hace diferente. Participábamos de la chota de la gente, Henry ponía canciones sobre alguna situación que le parecía interesante entonces vacilábamos. El programa termina siendo muy fresco, cualquiera puede decir que es coloquial, yo no diría que es coloquial porque no hablamos coloquial, yo diría que somos cercanos, hablamos como la gente, hablamos sencillo a la gente, la gente no quiere sentir una distancia entre los presentadores y ellos, eso ha un gancho muy importante.

## **Anexo II: Entrevista de profundidad**

Fecha: 13/10/2025

Nombre del entrevistador: Monserrath Castro Amador y Paulette Stacy Barrantes Jimenez

Nombre del entrevistado: Henry Rodríguez (Director del programa)

Institución, Empresa, Comunidad: Extra Radio

Esta entrevista forma parte del trabajo de investigación titulado Análisis de las estrategias de comunicación y de los procesos de diseño empleados por el programa Desde Buena Mañana durante el periodo de noviembre del 2024 a abril del 2025, elaborado como requisito para optar por el grado de Bachillerato en Periodismo en la Universidad Internacional de las Américas. El propósito de esta entrevista es obtener información que permita comprender con mayor profundidad las decisiones comunicacionales y visuales que conforman el estilo del programa. Los datos recabados serán utilizados únicamente con fines académicos y se mantendrá la confidencialidad de la información brindada. Agradezco de antemano su colaboración.

### **1. ¿Cómo surge la idea del programa Desde Buena Mañana?**

La idea surge desde el primer momento de creación de Extra Radio. Y ante la necesidad de hacer un nuevo informativo de la mañana, que se apartara de los noticieros tradicionales. La idea inicial tenía que ver con informar y acompañar, convertir el espacio en una especie de radio-revista que transmitiera noticias y opiniones.

### **2. ¿Cuáles son sus funciones dentro del programa Desde Buena Mañana?**

Soy el director del espacio y conductor al aire de todo el contenido.

### **3. ¿Cómo se equilibra la parte informativa con la del entretenimiento en el diseño del programa?**

El reto más importante era mantener un formato que se sintiera liviano para el oyente, pero sin perder el objetivo de informar. Todo se basa en que no siempre las noticias tienen que ser aburridas. Por eso “la forma” como lo digamos al aire es la clave. Por esa razón se pensó en un tono muy cercano al oyente, como si realmente estuviéramos en la sala de su casa, tal y como lo han descrito algunas personas en los mensajes.

**4. ¿Existe una estructura fija en la programación o es flexible según las circunstancias?**

El programa tiene una estructura. Pero no hay duda de que la flexibilidad es importante, dependiendo de las circunstancias del día, o a partir del criterio del conductor.

**5. ¿Qué elementos considera indispensables para mantener una identidad clara del programa?**

La identidad del programa se mantiene ligada a la forma como los periodistas comuniquen lo hechos. Se debe cumplir con un requisito esencial que es “contar la historia” por muy cruda que sea. No lectura de noticias. Es que el oyente sienta que alguien le está narrando un hecho. Además, destacar el marco musical que tiene, que es permanente y como parte de una identidad del programa.

**6. ¿Cómo se eligen los temas o secciones que conforman el contenido del programa?**

El contenido se define en una reunión de redacción con todo el equipo periodístico de Grupo Extra (de tv, diario, digital y radio). Pero cada periodista que participa en la mesa de trabajo maneja su propio contenido, sin apartarse del interés general y de las formas como se narra al aire.

**7. ¿Qué tipo de contenido considera que ha tenido mayor aceptación entre la audiencia?**

El tema que mayor atención ha generado se desprendió de una entrevista desde El Salvador, por medidas de Bukele para prohibir pelo largo de estudiantes, entre otras. Creo que ha sido el día de mayor participación en nuestro canal de mensajería y en redes.

**8. ¿De qué manera evalúan que el programa le está gustando al público y que cada vez hay más gente escuchándolos y viéndolos?**

Lo principal que valoramos como exitoso hasta el momento es el formato general. Es decir, que la audiencia valora que nos escucha distintos a los otros medios, menos “aburridos”, menos “acartonados”. Al final, que el oyente y televidente nos sienta cercanos.

**9. ¿Qué tipo de público buscan alcanzar? ¿Y cómo adaptan el contenido para conectar con esa audiencia?**

El público meta para nosotros es muy abierto, pero siempre pensamos en esa población que madruga a trabajar. La audiencia en vehículos nos interesa en esencia porque es precisamente la gente que se desplaza a sus trabajos y tiene interés en informarse. Teniendo en cuenta los contenidos, podemos llegar a un público mayor de 35 años, sin desconocer que ya se reporta un oyente más joven.

**10. ¿Qué estrategias utilizan para fidelizar a la audiencia o construir comunidad alrededor del programa?**

La herramienta que más utilizamos para generar fidelidad es la comunicación directa con el oyente. Desde el momento en el que el oyente se siente parte del programa, que llama, opina, reclama, propone, sentimos que desarrollamos una idea nuestra de hacer una radio de doble vía: “De aquí para allá y de allá para acá”. Otras herramientas se basan en concursos esporádicos y la invitación a 10 oyentes cada mes para que vengan a conocer nuestros estudios (desayuno con oyentes).

**11. ¿Considera que la voz de los locutores cumple una función estratégica en la comunicación del programa?**

La voz no es importante. Más allá del tono, o el color de la voz, para nosotros es importante que esa voz suene agradable, cercana, cero impostada.

**12. En general, ¿cuáles son las estrategias de comunicación que utilizan para el programa radiofónico?**

La ventaja que tiene Desde Buena Mañana es que se emite a través de un sistema de medios que se respaldan como estrategia 360. Extra Radio tiene su propio canal de información vía digital y la vía natural de su dial, pero además se respalda en lo visual con Extra TV que emite el programa en su totalidad. Eso se amarra con información sobre las noticias y sus productores en la red digital que “empuja” el crecimiento del proyecto. Finalmente, cuenta con el periódico físico que hace eco de nuestras entrevistas y novedades en la producción al aire.

**13. ¿Qué aprendizajes o desafíos considera más importantes en la evolución del programa para que sea diferente?**

Todos los días es un reto tremendo para quienes hacemos el programa. Sabemos de la urgencia de ir renovando secciones y estrategias de comunicación. Y de crear nuevos espacios de participación ciudadana, como sección de denuncias, sección para pymes, por ejemplo.

**14. Con relación al tema de los anuncios que transmiten en el programa, ¿cómo funciona?, ¿monetizan?**

Como cualquier programa radial, depende de la publicidad para su existencia. Se suman a anuncios promocionales del Grupo, pero con espacios comerciales necesarios.

**15. Usted que cuenta con tanta experiencia en la radio, ¿por qué considera que Desde Buena Mañana es diferente a los demás programas radiofónicos?, ¿cuál considera que es el sello distintivo?**

La diferencia está en la sencillez de lo que decimos, como lo decimos, quitándole la rigidez de un noticiero con locutores. La experiencia en radio me permite precisamente alejarme de una radio esquematizada, aburrida, muy tradicionalista. Ahí es donde marca una diferencia que, además, acompañamos de un estilo destendido que incluso acepta que los temas sean variados (desde Maluma hasta el ministro de Seguridad) y con un complemento que ha sido gancho importante: La Música.

### **Anexo III: Entrevista de profundidad**

Fecha: 13/10/2025

Nombre del entrevistador: Monserrath Castro Amador y Paulette Stacy Barrantes Jiménez

Nombre del entrevistado: Angie Cantillo (Experiodista en set)

Institución, Empresa, Comunidad: Extra Radio

La siguiente entrevista tiene como propósito recabar información clave para el desarrollo de la investigación titulada "Análisis de las estrategias de comunicación y de los procesos de diseño empleados por el programa Desde Buena Mañana durante el período de noviembre del 2024 a abril del 2025".

Esta investigación busca comprender de manera profunda cómo se construyen y aplican las estrategias comunicativas del programa, así como los criterios y procesos que intervienen en su diseño visual, sonoro y digital. Su participación permitirá enriquecer el análisis con perspectivas desde la práctica profesional y contribuirá a una valoración crítica del quehacer comunicacional en medios locales.

#### **1. ¿Cuánto tiempo estuvo en el programa Desde Buena Mañana y cuáles fueron sus funciones?**

Yo estuve en Desde Buena Mañana aproximadamente un año, desde que el programa nació, yo era periodista/presentadora. El programa iniciaba a las 5 de la mañana, entonces entrábamos a las 4 de la mañana a trabajar. Teníamos que llegar y revisar que la prevista del guion que se había hecho la noche anterior estuviera bien, si había algo más que agregar se agregaba y ayudábamos a veces a la coordinación de entrevistas.

Normalmente Anyelo era el que coordinaba las entrevistas, pero como todos teníamos diferentes fuentes, entonces a veces uníamos contactos. Y lo más importante era que sí teníamos que prepararnos bastante para las entrevistas que se hacían durante todo el programa.

## **2. ¿Cómo equilibraban la información y el entretenimiento para mantener un tono cercano y atractivo al público?**

El equilibrio del programa siempre se basó en la sencillez, y más allá de la sencillez, yo diría que la naturalidad. Era uno de los aspectos que siempre resaltaban los oyentes, les gustaba muchísimo que nosotros habláramos de noticias tal cual las entendíamos, en un lenguaje coloquial sin caer en lo vulgar, pero que la gente así lo entendía.

A veces dependiendo del tema, si íbamos a hablar de macroeconomía y salís con términos muy técnicos, la gente no lo entiende. Entonces ese era el mayor reto de nosotros, era traducir una noticia para que un señor de 60 años que escucha radio pueda entenderla. O alguien que vaya en carro y no tenga tiempo de estar viendo notas o estadísticas pueda entenderla.

Los programas tenían un 90% de entrevistas serias y unas dos de entretenimiento, porque creo que la gente siempre necesita un poco de eso, era un programa de 2 horas y media o 3 horas, entonces era pesado como para solo estar hablando noticia dura y pura todas las 3 horas.

## **3. ¿Qué elementos considera que hacía el programa para lograr mantener el interés y la conexión con su audiencia?, ¿tenían estrategias de comunicación para eso?**

Una estrategia como tal en papel, no existió nunca. Sino que cuando se estaba fundando el programa, porque Desde Buena Mañana lo construimos entre Henry, Anyelo y yo, que fuimos los que lo vieron nacer; siempre Henry nos decía que la radio es para la gente, y nosotros somos parte de esa gente. Y nos quedó claro el concepto, y aparte nos ayudó muchísimo que hubo una muy buena conexión entre los tres.

No necesitábamos decir “diga usted esto y usted lo otro”. De repente yo veía una noticia de unas multas por restricción y yo contaba una anécdota de que un día me multaron por equis cosa y era sumamente real todo lo que se hablaba ahí. Nunca nos inventamos nada para que todo encajara, entonces eso al final el público lo premió, esa genuinidad y sencillez de la noticia sin dejar de darle la importancia o la seriedad que se debe de tener.

**4. ¿De qué manera evaluaban que estas estrategias estaban cumpliendo con el objetivo de entretener e informar al público, y cuál era ese público meta?**

El público meta siempre fue de 35 años para arriba, porque hay que ser sinceros, los jóvenes ya no escuchan radio. Entonces nuestro público era esa persona de 35 años para arriba que va de camino para el trabajo y pone alguna radio para informarse ahí por encima de lo que está pasando en el país. O también señor que todavía tiene un radio de perilla en la casa.

Sabíamos que hacía eso apuntábamos y era al mismo tiempo un reto porque éramos un equipo relativamente joven, a excepción por Don Henry que tenía una escuela en radio, pero Anyelo no era una persona tampoco con una amplia trayectoria en medios de comunicación y yo si bien tenía muchos años de trabajar en medios, nunca había hecho radio tampoco entonces nadie nos conocía en radio.

Entonces nos decíamos “bueno, el reto es enganchar a la gente a estas voces nuevas”, y desde un principio la estrategia fue esa, cuando empezamos el programa recuerdo que decíamos “envíenos un mensaje al WhatsApp” y no entraba pero ni uno. Entonces era un vacilón porque la radio literal venía estrenándose y ya después cuando empezaron a llegar los primeros mensajes, lo que la gente nos repetía mucho era “los escuché por primera vez y me quedé porque son muy espontáneos”. Porque a veces decíamos “¿será que deberíamos de ponerle un tono más serio al programa o un poco más formal?”

Pero no, cuando teníamos entrevistas de asesinatos, de femicidios, de economía, se tomaba con la seriedad que se debía. Pero siempre por ahí se hacía un comentario espontáneo que rompía como esa sequedad que a veces tienen un poco los noticieros.

**5. ¿Cuánto tiempo le dedicaban ustedes a la preparación del programa antes de salir al aire?**

Al principio eso fue uno de los retos del programa, porque nosotros entrábamos a trabajar a las 4 de la mañana, entonces por horario ya a la 1 de la tarde salíamos de trabajar, y no había nadie más que nosotros tres. Entonces Anyelo se conectaba siempre en las noches a adelantar el guion. Un día se conectaba él, otro día yo, y llegábamos al día siguiente y tal vez se nos fue algo entonces lo agregábamos. De repente en la madrugada pasaba algo a última hora y había que cambiar todo el esqueleto del programa.

Hasta que ya con el tiempo cuando el programa fue creciendo y fue ganando audiencia, se logró contratar un periodista, que se encargaba básicamente de armar el guion. Entonces nosotros salíamos a la 1 de la tarde, el periodista entraba a las 2 de la tarde y sabía que su trabajo era dejar todo el guion montado. De tal manera que ya después nosotros llegábamos al día siguiente a las 4 de la mañana solo a hacer check de todo lo que él había hecho, agregar lo que faltaba y las entrevistas que iban a haber se pasaban con tiempo para uno estudiar el tema.

**6. ¿Con qué frecuencia se reunían como equipo para planificar y producir el contenido del programa?**

Siempre era una agenda muy flexible, nunca nos conectamos los tres juntos. Teníamos un grupo de WhatsApp si pasaba algo a última hora, si era algo como de alguna búsqueda, cruz roja o así, a veces hay una empresa privada que ayuda a esas búsquedas, y yo tal vez tenía muy buena relación con la persona entonces yo les decía a ellos “voy a hablar con tal para que nos dé entrevista mañana” y Anyelo ponía “yo también voy a contactar a cruz roja para la voz oficial” o a veces pasaba algo y don Henry nos decía “muchachos necesitamos una entrevista sobre tal tema” entonces ahí coordinábamos vía WhatsApp.

Las únicas veces que trabajamos un guion juntos, fue para los ensayos del programa, que nos poníamos tres a hacer un esquema del guion. Pero era mucho porque también estábamos formando qué secciones íbamos a tener, qué contenidos íbamos a poner o cuáles no.

**7. ¿Cuáles eran los criterios que utilizaban al seleccionar los temas que se abordaban en el programa?**

Mucho nacional, de impacto para la gente, también muy de servicio, no éramos tan políticos, no éramos tanto de economía. Por ejemplo, si incrementó el PIB un 3%, era como “bueno, ¿y a la gente qué le importa el PIB?, hablemos de cómo le afecta a su bolsillo que esto haya aumentado”.

Hablábamos mucho sobre religión, y era curioso, porque era una de las secciones que más le gustaba a la gente por el público que era.

También las curiosidades, o también poníamos incluso videos que encontrábamos en TikTok virales y nos reíamos y la gente comentaba, mandaba fotos de que les pasaba algo similar. Cuando ya empezábamos a tener la respuesta de la gente que nos empezaba a escuchar entonces nosotros fuimos viendo cuál contenido se iba adaptando más a eso.

Sabíamos, por ejemplo, aunque suene cruel decirlo, que una entrevista de feminicidios la gente no la escuchaba, que no les gustaba incluso mucho hablar de sucesos, nosotros en un momento del noticiero dijimos que no íbamos a meter sucesos porque a la gente no le gustaba.

#### **8. ¿Existía una estructura fija en el programa o era flexible según las circunstancias?**

Nunca se cumple la estructura del guion, nosotros teníamos una estructura de que a las 5 am abríamos. Siempre hacíamos minuto 30 que era lo único que se respetaba, que sí tenía que ser cada 30 minutos. Pero a veces por la misma agenda, un entrevistado se atrasaba y había que ver cómo llenábamos hasta que se pudiera conectar. O nos cancelaron dos entrevistas entonces había que ver qué se sacaba para sostener. La estructura como tal siempre existió, pero nunca se sigue al pie de la letra.

#### **9. ¿Recibían retroalimentación del público y de alguna manera la incorporaban al programa?**

Claro, para nosotros el WhatsApp era un libro abierto de lo que debíamos y no debíamos de hacer. Era vacilón, a veces lo tomábamos en broma o a veces muy en serio. Nos ponían hasta, por ejemplo “no me gusta que Angie opine sobre tal tema” o “no me gusta que repitan tanto tal cosa”. Entonces siempre se tomaban sugerencias de ahí, incluso a veces nos daban hasta temas, de que deberíamos de hablar de tal cosa que está pasando. Y eso lo retaba a uno mucho también a estar en todas, porque a veces llegaban oyentes con preguntas de temas que no eran del día o que uno tal vez no tiene ahí tan a la mano, y nos ponían a estudiar.

Entonces ya llegaba uno al siguiente programa “para el oyente que preguntó tal cosa...” o “preparamos una entrevista para que usted esté enterado”. Esa conexión, el hecho de que la radio fuera una vía de acá para allá y de allá para acá, no solo nosotros hablando sino la gente interactuando, nos servía muchísimo.

#### **10. ¿Enfrentaban desafíos al adaptar los contenidos visuales al formato radiofónico?**

Al principio el programa fue pensado para radio, el streaming era pensando en la gente que tal vez quería vernos desde el celular y no tenía radio, pero era contenido 100% para radio, entonces se buscaban inserciones en audio, nuestro lenguaje era: vamos a escuchar, analicemos. Nunca era: vamos a ver. Porque la gente no está viendo ni observando, está escuchando.

Luego de eso, gracias al auge que tuvo el programa y la buena audiencia que generó, la administración de Grupo Extra decidió poner el contenido en televisión, entonces ya Desde Buena Mañana también se veía por tele. Eso fue todo un reto, porque ya no era buscar inserciones en audio, ahora tenemos que entrevistar en video a la persona. Tenemos que decirle al oyente “para los que nos están viendo y nos escuchan les vamos a describir...”.

Y fue un gran cambio en el día a día del trabajo, porque ya no pensábamos solo en audio, sino que pensábamos en que todas las noticias debían tener video para poner mientras hablábamos. A nadie le gusta ver a tres personas ahí sentadas. Entonces teníamos que poner los videos de la información, y sí se multiplicó el trabajo, porque para tele es más complicado.

#### **11. En su opinión, ¿qué mejoras podía haberse implementado en el programa para fortalecer su alcance y conexión con la audiencia?**

Yo siempre fui la defensora de que el programa debería de ser más corto, porque en algún momento se podía hacer muy repetitivo. Estamos en un país pequeño, donde no se produce tanta información para sostener. Yo discutía de que en algún momento se me hacía un poco repetitivo el noticiero porque había que llenar tres horas de información.

Y el tema de las entrevistas, siempre me hubiese gustado que incluyéramos debates, que a mí me encantaba, el hecho de tener a dos personas hablando sobre un tema con posiciones opuestas, creo que es algo que a la gente le gusta muchísimo y en radio se disfruta un montón ese tipo de contenido, porque te mantiene ahí pendiente. Fueron parte de las sugerencias que a mí me hubiese gustado implementar.

**12. ¿Considera que Desde Buena Mañana es un programa de radio diferente a los demás?**

**Si es así, ¿cuáles aspectos cree que hacen diferentes al programa de lo que ya se ve en radio comúnmente?**

En el momento en el que estuve, puedo decir y dar testimonio que sí. No solo yo, eso fue parte de los mensajes que recibíamos a diario, no solo en WhatsApp, sino incluso los oyentes. Me escribían en mis redes sociales que les gustaba que fuese un producto diferente, mucho de que las tres personas que se sentaban al frente eran un libro abierto. Era que, si Anyelo no estaba de acuerdo con esto, lo siento, pero yo opino diferente. Y no había peleas, pero sí diferentes opiniones y se valía. O, por ejemplo, decirle al oyente “no sé, tenemos que estudiarlo porque la verdad no tenemos ni idea”.

Esa sencillez y esa transparencia, fue lo que lo hizo diferente. La gente dice que ya no se escucha radio, o que la gente ya no ve televisión, y yo no creo en eso. Creo que cuando te identificas con un programa, si te gusta y no tienes radio, vas y descargas una aplicación para escucharlo. No es el hecho de que la gente ya no vea noticias o escuche noticias. Me parece que es un reto para los comunicadores y medios de comunicación en general, ese elemento diferenciador que dan para que la gente se quede.

A nosotros nos llamaba mucho la atención, que cuando empezamos en televisión, había noticieros como Repretel o Teletica que tienen años de estar al aire, sumamente cuidada y producida, y nosotros competíamos ahí. Había una audiencia importante que nos veía por televisión a tres personas ahí sentadas. Entonces significaba que había un elemento diferenciador que la gente estaba buscando y que no tenía.

## **Anexo IV: Entrevista de profundidad**

Fecha: 22/10/2025

Nombre del entrevistador: Monserrath Castro Amador y Paulette Stacy Barrantes Jiménez

Nombre del entrevistado: Byron Agüero (Ex periodista de la sección ‘Es tendencia’)

Institución, Empresa, Comunidad: Extra Radio

La siguiente entrevista tiene como propósito recabar información clave para el desarrollo de la investigación titulada "Análisis de las estrategias de comunicación y de los procesos de diseño empleados por el programa Desde Buena Mañana durante el período de noviembre del 2024 a abril del 2025".

Esta investigación busca comprender de manera profunda cómo se construyen y aplican las estrategias comunicativas del programa, así como los criterios y procesos que intervienen en su diseño visual, sonoro y digital. Su participación permitirá enriquecer el análisis con perspectivas desde la práctica profesional y contribuirá a una valoración crítica del quehacer comunicacional en medios locales.

### **1. ¿Cómo preparaba usted el segmento de ‘Es tendencia’? ¿Tenía un equipo detrás o era usted solo?**

No, no había ningún equipo detrás, era solo yo. Era un poco improvisado porque el tema que yo hablaba ahí lo marcaban dos cosas: 1. Si tenía un tema propio, un tema de agenda. 2. El tema que más estaba surgiendo en ese momento, que al ser en la mañana normalmente llegaban a ser sucesos.

### **2. ¿Tenía un guion o todo era muy improvisado cuando daba la información en el programa?**

De cierta forma era muy improvisado, pero la palabra improvisado creo que tiene una connotación negativa, para mí es todo lo contrario. Es muy positivo porque eso hacía que no fuese algo tan estructurado, tan cuadrado.

Tal vez donde se podía ser cuadrado es cuando tenía un tema propio y llegaba a hablar de ese tema en ‘Es tendencia’, entonces tenía que aprovechar ese espacio para posicionar mi tema; alguna investigación, una denuncia, algo diferente, esa era la única vez que no era improvisado.

**3. ¿Qué estrategias o aspectos consideraba usted para calificar que ciertos temas eran tendencia en el país?**

Al ser del departamento digital, nosotros trabajábamos con herramientas digitales, como Marvel o Analytics que es lo que marca cuál nota web está siendo más leída. Incluso con las reacciones o interacciones de Facebook, que es en donde más usuarios hay en lo digital. Entonces lo que la gente más estaba comentando o la nota que la gente más estaba viendo, al final era lo que nos llevaba a decir “ok, desde la mañana esta ha sido la nota más vista.

**4. ¿Su trabajo era solo ese segmento o hacía otro tipo de cosas para Desde Buena Mañana?**

Yo realmente solo estaba en la parte digital, pero llegué a tener cierta conexión con el equipo Desde Buena Mañana, entonces mucho de lo que yo hacía era pasarles los temas, como ellos estaban en cabina y estaban al aire, quizás no tenían la facilidad de enterarse de las cosas. Entonces yo era como el que estaba detrás de cámaras, pasándoles las noticias de última hora para que ellos pudieran decirlo, facilitarles incluso el hacer la nota digital para que ellos llegaran simplemente a leerla.

Por ejemplo, el OIJ es uno de los que acostumbra a pasar las noticias por audio, entonces si usted está al aire, en radio, cuesta mucho sacar el tiempo para escuchar el audio y después decir sobre qué trata. Más que todo podría decir que era una función extra que tenía en Desde Buena Mañana, pero de manera informal, por decirlo de alguna manera.

**5. En su experiencia, ¿en qué canales de comunicación recibían más comentarios o interacción del público?**

Propiamente en Desde Buena Mañana, creo que tiene una muy buena interacción con el público a través de la línea celular, los oyentes mandaban muchas fotos, muchos audios, muchos mensajes. Incluso a veces uno se enteraba de ciertas cosas gracias al teléfono, porque al final el oyente está en el lugar, era como “acaba de ocurrir un choque en cierta parte” entonces antes del reporte de Cruz Roja, el oyente ya lo había dicho, ya lo había reportado. Y nosotros nada más teníamos que reconfirmar esa información. Pero el teléfono, la vía telefónica, es súper versátil, hábil, es muy buena, la gente conecta mucho con esa línea.

**6. Más relacionado al programa en general, ¿qué percepción tiene usted sobre el impacto que genera el programa en los oyentes y qué es lo que a ellos más les gusta del programa?**

La gente se identifica mucho. Desde Buena Mañana tiene 1 año, y la gente está acostumbrada a un esquema, un esqueleto o un noticiero de radio. Y creo que el programa rompió todo eso, entonces la gente que quería algo diferente, la gente que quería escuchar algo distinto, lo consiguió con Desde Buena Mañana, entonces el impacto creo que es como bastante fuerte, en el sentido que el programa es una muestra de que la radio todavía puede persistir porque existen esos comentarios de que ya nadie escucha radio, que ya nadie ve tele, que ya nadie lee el periódico, y creo que a nivel de radio Desde Buena Mañana rompió con eso y demostró que en radio se puede hacer mucho.

**7. ¿Cree que Desde Buena Mañana une lo entretenido con lo informativo? Y si es así, ¿qué recursos comunicativos, ya sea sonoro, narrativo o demás, considera que son los que más contribuyen a esto?**

Por supuesto que sí, une lo entretenido con lo informativo, creo que esa es la clave, es la técnica, de poder intercalar las informaciones, que tenga sus segmentos con información que hay que dar. Por ejemplo, los sucesos que es lo que todo el mundo dice que en las noticias es de lo único que hablan, creo que aún así, con los sucesos de por medio, la última hora y todo eso. Desde Buena Mañana saca su espacio para también poner videos graciosos, de animales, etc. El programa marca su propia agenda y el día puede estar de locos, que al final eso no va a limitar lo otro, que es lo que le gusta a la gente. Son muchos temas de los que se hablan, pero en distintos formatos, que eso también lo hace interactivo.

**8. ¿Qué tan accesible considera que era Henry Rodríguez para aceptar ideas de oyentes, también de ustedes como periodistas, para incluir esos aportes al programa?**

Eso es clave, creo que eso ha sido lo que ha sostenido muy bien al programa y que los oyentes conecten tan bien con Don Henry como director de radio, que él siempre escucha a los oyentes, y no solo a los oyentes, también a los entrevistados. Mucha gente puede estar a favor de algo o en contra de algo, que el lema que se ha cumplido de principio a fin ha sido que se le dé voz a todas las partes, o al menos las partes que quieran hablar. Eso también incluye a los oyentes,

poner audios, poner a un oyente que está a favor de algo o en contra, eso también sostiene mucho al programa, que el oyente se sienta escuchado, que se sienta leído, que sabe que su opinión también es importante.

**9. ¿Considera que Desde Buena Mañana es un programa de radio diferente a los demás? Si es así, ¿cuáles aspectos cree que hacen diferentes al programa de lo que ya se ve en radio comúnmente?**

El hecho de que La Extra sea un medio 360, digital, periódico, radio y televisión, permite que Desde Buena Mañana pueda hablar de un mismo contenido con diferentes enfoques en diferentes plataformas. Es decir, llevarlo en audio para la radio, llevarlo en video para tele, llevarlo en escrito para periódico y llevarlo en digital. Entonces, eso permite que Desde Buena Mañana tenga múltiples plataformas, que usted pueda acceder al programa tanto en periódico con un QR, puede verlo en tele, puede escucharlo en radio, puede verlo en digital. Entonces creo que eso es algo que me atrevo a decir que ningún medio en este país tiene, el 360.

## **Anexo V: Entrevista de profundidad**

Fecha: 22/10/2025

Nombre del entrevistador: Monserrath Castro Amador y Paulette Stacy Barrantes Jiménez

Nombre del entrevistado: Lorena Bogantes (Periodista en set)

Institución, Empresa, Comunidad: Extra Radio

La siguiente entrevista tiene como propósito recabar información clave para el desarrollo de la investigación titulada "Análisis de las estrategias de comunicación y de los procesos de diseño empleados por el programa Desde Buena Mañana durante el periodo de noviembre del 2024 a abril del 2025".

Esta investigación busca comprender de manera profunda cómo se construyen y aplican las estrategias comunicativas del programa, así como los criterios y procesos que intervienen en su diseño visual, sonoro y digital. Su participación permitirá enriquecer el análisis con perspectivas desde la práctica profesional y contribuirá a una valoración crítica del quehacer comunicacional en medios locales.

### **1. ¿Cuánto tiempo lleva en el programa y cuáles son sus funciones en el programa?**

Entre aquí en febrero, a inicios de febrero al principio éramos más entonces era como un poquitito más suelto la dinámica 4:00 am con Fran, y empezamos como a revisar, el guion queda hecho desde el día anterior, eso es detalle importante, entonces venimos a ver que pasó, por ejemplo hoy nos agarraron en tiempo full entonces hoy teníamos que terminar de repasar todos los videos, todo lo relacionado con el sismo, entonces pues igual me tocar ir viendo como un poco de eso, y en el programa es como acompañar a don Henry en la conducción, como se dieron cuenta es como muy natural y por dicha hemos tenido muy buena conexión entonces sale mucho como muy fácil, muy natural incluso siempre la gente por dicha lo ha notado entonces es como eso, como ayudar en la parte de la conducción, las entrevistas también el programa termina a las 8:30am tenemos hasta las 10:30am que empieza el otro programa. Tenemos reunión general de todos los periodistas del grupo entonces mientras desayunamos vamos escuchando la reunión donde se proponen temas, para todos los grupos (TV, radio, digital etc.) Ahí mi participación es decirles estamos coordinando esta o esta entrevista, ahora como estamos trabajando muy en conjunto pues

también si hay conferencias temprano o si los compañeros están con algún tema importante entonces pedimos que nos ayuden con un pascito, por ejemplo.

**2. ¿Cuáles son los principales canales de comunicación que utiliza el programa para llegar a su audiencia?**

Pues, además, de las plataformas radio tele y la web, también WhatsApp es super importante para nosotros, tener la comunicación con ellos, o sea la gente desde antes de las 5:00am ya nos están diciendo buenos días, aquí los estamos esperando hay gente super madrugona, entonces ya nos están esperando y eso es clave, saber que la gente está pendiente, que les gusta la dinámica que tenemos del programa en general, la dinámica que tenemos don Henry y yo. Creo que las además de las plataformas donde sale el programa la posibilidad de hablar con la gente por WhatsApp, nos mandan fotos el amanecer, reportes de tránsito, hay gente que no es respetuosa verdad, pero hay mucha gente que usualmente nos escribe, y es vacilón porque se encariñan con uno entonces ahí es como mandarle el mensaje de la mañana a la familia, buenos días chiquillos, a veces, nos piropean y nos dicen jóvenes, entonces creo que WhatsApp es la parte de interacción con la gente.

**3. Desde su experiencia, ¿qué estrategias de comunicación considera efectivas para mantener la cercanía y la interacción con el público?**

Yo creo que el hecho de que uno lea la opinión, mientras sea respetuosa nosotros lo decimos, sí a mí me gusta o no el presidente no me toca a mí decidirlo. Si usted quiere opinar a favor de él y lo hace de manera respetuosa, yo puedo leer su opinión, si a usted no le gusta como es el presidente yo puedo leer su opinión también, no me toca a mí, si no que es interesante saber por qué sí o por qué no.

**4. ¿Tiene flexibilidad a la hora de escoger las noticias para el programa?**

En este no me toca tanto escoger a mí, pero al final somos los mismos tres don Henry, Fran y yo pero esa selección si se hace más como propuestas y verificado por don Henry, si va mucho con la agenda del día, entonces tal vez esa reunión que le decía grande, este dicen el periódico mañana sale con este, este y este tema verdad entonces nosotros tenemos la posibilidad de que esta la nota escrita y la ampliamos con una entrevista, entonces creo que es una agenda muy general

y si tratamos como de buscar mucho personaje, y muchas voces de cada tema, puedo tener influencia pero no me toca solo a mí.

**5. ¿Qué tan importante considera la creatividad y la improvisación dentro de la producción del programa?**

Muchísimo, creo que con don Henry se tiene mucha posibilidad de ser muy natural, si dijimos alguna tontería y nos reímos nada pasa y creo que a la gente eso le ha gustado mucho también entonces nos da para improvisar mucho, improvisar no significa batear, o improvisar con cosas que surgen de última hora entonces creo que es super flexible en ese sentido.

**6. ¿Qué recursos sonoros considera que son más efectivos para mantener el interés de la audiencia?**

Poner música creo que ayuda, las cortinas y las presentaciones de cada una de las secciones creo que ayuda y, de hecho, les estaba diciendo a ellos que la presentación donde se escuchan las voces de nosotros las voces de los invitados creo que eso también da como cercanía digamos y lo hace como más dinámico.

**7. ¿Cómo define usted el estilo narrativo y comunicativo que caracteriza al programa?**

Serio, formal pero flexible.

**8. ¿De qué manera busca que su lenguaje y tono de voz conecte con la audiencia?**

Es vacilón porque a mí antes me decían mucho que yo no parecía yo que me veía muy seria, pero siento que ahorita tengo más chance de ser un poquito mas relax, pero sin caer en el desorden por supuesto, y yo creo que cuando son temas serios o sea uno tiene que tomarse en serio el trabajo o sea en todo momento simplemente creo que esto es saber hasta qué límite puede uno flexibilizarse.

**9. ¿Qué elementos considera que hacen que el contenido sea atractivo para los oyentes?**

Es muy variado verdad, y también eso se lo destaco mucho al trabajo que ha hecho don Henry, no saturar de solo sucesos o solo política sino tener espacio para las noticias positivas que creo que es una de las secciones importantes del programa metemos el concierto de Ed Sheeran,

lamentablemente hablamos del concierto de Bad Bunny a mí no me gusta, pero yo sé que es importante entonces esa variedad de temas y esa flexibilidad es la que le da mucha fuerza.

**10. ¿Cuál considera que es la sección que más destaca entre el programa para los oyentes?**

Por diferente creo que lo positivo, la sección de lo positivo, si bien es cierto los sucesos la política jala mucho, pero muchas veces cuando contamos cosas positivas cuando contamos historias la gente nos dice “uy que bueno” es como un respiro, a pesar de que a todo el mundo le gusta ese morbo, este tipo de cosas, pero siempre nos destacan mucho cuando comentamos cosas positivas.

**11. ¿Qué mejoras considera que deberían implementarse en el programa?**

Creo que más bien mantener esa variedad, y es importante mantener y lo intentamos tener todas las partes como les decía ahora el presidente gusta o no gusta, me guste o no a mi nosotros debemos poner todas las partes entonces creo que apostarle a voces diferente, a voces nuevas tal vez y a cosas que se salgan de lo común, alguna noticia bum que logremos pegar, algún tema que tal vez uno dice cómo vamos a lograr este entrevistado y ahí tal vez donde entra mucho el trabajo de Fran que es al que le toca correr detrás de los entrevistados. Entonces tal vez hacer más ese tipo de cosas.

**12. ¿Qué es lo que usted considera que hace que el programa sea diferente a todos los programas de radio que escuchamos comúnmente?**

La naturalidad de nosotros, la cercanía que creo que le podemos manifestar a la gente, me parece que eso es lo que seamos diferente y le incluyo también lo positivo.

## **Anexo VI: Entrevista de profundidad**

Fecha: 22/10/2025

Nombre del entrevistador: Monserrath Castro Amador y Paulette Stacy Barrantes Jiménez

Nombre del entrevistado: Francisco León (Productor actual)

Institución, Empresa, Comunidad: Extra Radio

La siguiente entrevista tiene como propósito recabar información clave para el desarrollo de la investigación titulada "Análisis de las estrategias de comunicación y de los procesos de diseño empleados por el programa Desde Buena Mañana durante el período de noviembre del 2024 a abril del 2025".

Esta investigación busca comprender de manera profunda cómo se construyen y aplican las estrategias comunicativas del programa, así como los criterios y procesos que intervienen en su diseño visual, sonoro y digital. Su participación permitirá enriquecer el análisis con perspectivas desde la práctica profesional y contribuirá a una valoración crítica del quehacer comunicacional en medios locales.

### **1. ¿Qué pasa cuando el controlista se tiene que ir y usted tiene que usar la consola?**

Uno entiende cómo lo básico por ejemplo los micrófonos de ellos, entonces si ellos quisieran hablar entre ellos, yo los cierro y ya quedan fuera si quieren decirnos algo a nosotros también lo puedo hacer y ya quedan fuera del aire y ya nos hablan a nosotros, es como lo básico. Digamos que yo se como un 10% de lo que hay que saber, ya ha pasado que Daniel sale por algo entonces yo asumo. A las 6am entra otro compañero que pone los super.

### **2. ¿Cuál cree usted que es el sello distintivo del programa?**

La forma de dar la noticia, y el horario porque, aunque no parezca, la gente ya está activa a esa hora y crea como esa cercanía.

## **Anexo VII: Entrevista de profundidad**

Fecha: 22/10/2025

Nombre del entrevistador: Monserrath Castro Amador y Paulette Stacy Barrantes Jiménez

Nombre del entrevistado: Daniel Calvo (Controlista actual)

Institución, Empresa, Comunidad: Extra Radio

La siguiente entrevista tiene como propósito recabar información clave para el desarrollo de la investigación titulada "Análisis de las estrategias de comunicación y de los procesos de diseño empleados por el programa Desde Buena Mañana durante el período de noviembre del 2024 a abril del 2025".

Esta investigación busca comprender de manera profunda cómo se construyen y aplican las estrategias comunicativas del programa, así como los criterios y procesos que intervienen en su diseño visual, sonoro y digital. Su participación permitirá enriquecer el análisis con perspectivas desde la práctica profesional y contribuirá a una valoración crítica del quehacer comunicacional en medios locales.

### **1. ¿Cuáles son sus funciones como controlista?**

Aquí yo lo que estoy haciendo es controles de tele y radio, ese es el canal 42 lo que la gente está viendo, Extra-TV y además estoy haciendo el audio para la radio 92.3 FM entonces yo todo lo que hago es para la tele y la radio a la misma vez hago todo.

Tenemos un guion que Fran lo hace con otro compañero que obviamente don Henry y Lorena tienen ahí, también yo lo tengo acá, y va por horas digamos a las 5:25am viene tal sección, pero esto es muy variable; me refiero a que es muy variable porque digamos ayer tembló a las 10:00pm el guion ya estaba hecho, pero tuvieron que cambiarlo por la noticia de ayer del sismo, por eso es por lo que se ingresa a las 4:00am para revisar el guion actualizar alguna eventualidad o algo.

### **2. ¿Usted escoge las cortinas, ellos le dicen cual poner? ¿Cuánta flexibilidad tiene usted como controlista?**

Yo le voy a ser muy sincero, ellos manejan un guion donde tienen las cortinas que van pero a veces también queda a criterio de uno como operador de cabina, entonces digamos yo a veces

tiro alguna porque siento que va mejor a tal hora, ellos adornan mucho con música, como ahorita, don Henry quiere hablar de Ed Sheeran que viene a un concierto a Costa Rica entonces yo tengo ahí varias canciones, yo tengo que decidir cual, para mi “Perfect” es una de las reconocidas entonces la pongo, yo también tengo vía libre para poner música. Yo trato de variar un poco digamos porque soy consciente que hay oyentes de todas las edades y hay oyentes que les gusta la música en ingles viejita, otra música en inglés más nueva, otra música en español, otros un poquito más tropical otros un poquito medio pop entonces trato de variar, pero eso ya queda a criterio mío.

**3. Con su experiencia ¿Qué función cree que tienen los efectos sonoros en la experiencia del oyente?**

Muchísima importancia porque no es lo mismo que usted los escuche a ellos hablando así plano, en cambio si usted le pone sonido, una pista y cositas así ya mantiene al oyente activo, entonces para mí si es muy importante. Son adornos y van de acuerdo con la promo, comúnmente las cosas se hacen para darle dinámica al noticiero.

**4. ¿Cuál cree usted que es el sello distintivo del programa?**

Los temas que se tocan son muy diferentes a lo normal, a lo tradicional y se involucra mucho la cercanía con el público, esas son las dos cosas que lo diferencia.