

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
DE LAS AMÉRICAS**

Facultad de periodismo

**MEDIDAS DE PRESERVACIÓN UTILIZADAS POR
LA CÁMARA NACIONAL DE RADIODIFUSIÓN
(CANARA) PARA MANTENER LA RADIO COMO
MEDIO DE COMUNICACIÓN RELEVANTE, DURANTE
EL AÑO 2023**

Autor:

Luis Benavides Montero

Tutora:

Yensie Zapata Chacón

**SEDE ARANJUEZ
MARZO, 2023**

DEDICATORIA

La perseverancia alcanza sueños

Al alcanzar la etapa de elaboración del trabajo final de graduación para optar por el grado de Bachillerato en Periodismo, es imposible no pensar en el camino recorrido para llegar hasta acá. Quiero dedicar este trabajo a mí, destacar la perseverancia del niño que tuvo que enfrentar un diagnóstico de TDAH, pero siempre tuvo muy presente que podía lograr todos sueños. También pienso en la época colegial, la cual me enseñó que un resultado negativo no es sinónimo de fracaso y que media milésima obstaculizó la graduación en aquel entonces, pero fue el pilar para ser estudiante de una universidad. Sobre todo, quiero destacar la figura personal actual, por la perseverancia, valentía, honestidad, profesionalismo que ha expuesto en este proceso de aprendizaje realizado en la Universidad Internacional de las Américas.

Mi deseo es compartir la siguiente frase de mi autoría y fue motivación en este proceso: “El único déficit para definir que un estudiante no sea profesional, es el esfuerzo y dedicación sin realizar para alcanzar sus sueños”.

A mis padres

Con gran amor me permito realizar esta dedicatoria a mi padre, Luis Alberto Benavides Campos, y a mi madre, Carolina Montero Bolaños. Ellos han sido pilares importantes en este proceso, su preocupación siempre fue otorgarme las herramientas necesarias para obtener una gran preparación académica, a pesar de algunas dificultades de aprendizaje. siempre creyeron y confiaron en mí. Sin ese apoyo y las enseñanzas suministradas por mis padres, alcanzar esta etapa hubiera sido muy complicado.

A mi hermano

La familia es algo importante en la preparación académica de un estudiante, debo agradecer todo el apoyo suministrado por parte de mi hermano, Daniel Benavides.

No se han ido del todo si nos impulsan a luchar por un sueño

Es imposible no recordar a un ser querido que falleció pero que siempre nos motivó a luchar por un sueño y más cuando a pesar de su partida sigue siendo motivación en este proceso. Este trabajo está dedicado también a mi tía Carmen, quien en vida siempre tuvo confianza en mí y siempre trató de motivarme. Su mejor enseñanza fue tener paz a pesar de la

tormenta y siempre ser positivos y luchar hasta el final, aunque no haya una situación positiva.

A mi abuela

A mi abuela Casta, quien con mucho cariño siempre dio sus consejos y cuidó de mí en las diferentes etapas de mi vida.

A mis amigos y familiares

Es importante destacar el apoyo que me dieron algunos amigos y familiares, pues siempre fueron voz de impulso para poder efectuar la preparación académica universitaria, algunos incluso pusieron a disposición de este servidor sus brazos para recibir un abrazo, cuando tuve que atravesar momentos complicados en mi camino de aprendizaje.

En este apartado manifiesto un poco sobre los diferentes momentos vividos para alcanzar esta meta importante en mi vida; pero sobre todo es un homenaje a todos los seres queridos que de una u otra forma han motivado y ayudado a alcanzar este objetivo trazado hace unos años atrás.

AGRADECIMIENTO

Debo agradecer, en primera instancia, a Dios por darme la oportunidad de estudiar en una universidad, por suministrarme salud, que es algo importante para poder desarrollar este tipo de proyectos; en mi creencia mariana y como fiel devoto, debo agradecer a la Virgen de los Ángeles por interceder siempre por este sueño personal.

Gracias a todos los profesores de la Universidad Internacional de las Américas (UIA) por todo el conocimiento profesional que transmitieron en cada clase recibida, no tengo duda que será de gran ayuda para ejercer esta carrera de una forma responsable. Quiero agradecer a los profesores Ana García, Carolyn Mora, Pablo Segura y Randall Hernández por todas las atenciones suministradas durante este proceso, pero en especial a Yensie Zapata Chacón por aceptar ser la tutora de este trabajo de investigación, gracias a su conocimiento aportado, se logró la construcción de este documento.

Un reconocimiento muy especial a todos los trabajadores de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) por todo el apoyo recibido en mis visitas realizadas a dicha institución. En especial al señor, Gustavo Piedra, Gustavo Delgado y Andrés Quintana por suministrar información valiosa sobre el tema investigado. De igual forma debo agradecer a todas las personas que participaron en la encuesta realizada en esta investigación.

También, debo agradecer a mi tío, Rafael Campos, quien con su conocimiento en metodología ayudó en la construcción de esta investigación, a mi tía Ana Benavides por todo el apoyo recibido durante este proceso. De igual forma, a los amigos y familiares que de alguna forma dieron su aporte.

Por último, debo agradecer a mis padres, por costearme la preparación académica en la universidad y por siempre creer en mí. Parte del éxito académico se debe a la exigencia y confianza emitida por ellos, nunca dudaron de mis capacidades y siempre fueron motivación para concluir esta etapa; ellos me enseñaron que hay que creer en sí mismo y luchar por los sueños.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	4
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
Planteamiento del Problema.....	10
Delimitación del problema	12
Justificación	13
Objetivos de investigación	14
Objetivo general.....	14
Objetivos específicos.....	14
Pregunta de investigación.....	15
Hipótesis.....	15
Antecedentes de investigación	15
Internacionales.....	15
Nacionales.....	17
Proyecciones	18
Antecedentes históricos.....	19
Comisiones de trabajo de la Cámara Nacional de Radiodifusión.....	20
Comisión de Gobierno.....	20
Comisión de Mercadeo y Fomento de la radio	20
Comisión de Amplitud Modulada (AM).....	20
Comisión de Panorama	21
Comisión de Asuntos Técnicos	21
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	23
Comunicación	23
Radio.....	24
Frecuencia modulada (AM)	25
Libertad de expresión.....	25
Preservación	26
Campaña.....	26
Radiodifusión.....	27
Medio de comunicación	27

Ventajas y desventajas de la radio	28
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....	30
Tipo de diseño	30
Tipo de investigación.....	30
Fuentes de información	30
Unidades de estudio.....	31
Delimitación de la población.....	33
Tipo de muestra	34
Fase de recolección de datos	34
Instrumento.....	35
Análisis de Contenido	35
Entrevista.....	35
Cuestionario	36
Muestra	37
Criterios de inclusión y exclusión	37
Criterios de exclusión	37
Población y muestra.....	38
Recolección de datos.....	38
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	39
Datos importantes sobre el consumo radiofónico en Costa Rica	54
Campañas realizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) para mantener la radio como medio de comunicación relevante.....	61
Comentarios emitidos en la Cadena Nacional de Radio Panorama.....	66
Ventajas y desventajas que obtuvo la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) al realizar estas campañas en beneficio de la Radiodifusión Nacional.....	68
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	76
Conclusiones.....	76
Recomendaciones	79
Referencias.....	81
ANEXOS	86
Anexo 1.....	86
Anexo 2.....	88
Cuestionario	88
Anexo 3.....	90

Anexo 4..... 91
Anexo 5..... 92
Anexo 6..... 93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	12
Tabla 2	21
Tabla 3	22
Tabla 4	24
Tabla 5	29
Tabla 6	32
Tabla 7	33
Tabla 8	36
Tabla 9	39
Tabla 10	46
Tabla 11	55
Tabla 12	56
Tabla 13	56
Tabla 14	57
Tabla 15	63
Tabla 16	64
Tabla 17	67
Ilustración 1	42
Ilustración 2	44
Ilustración 3	50
Ilustración 4	51
Ilustración 5	58
Ilustración 6	60
Ilustración 7	69
Ilustración 8	70
Ilustración 9	74

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se van a analizar las medidas de preservación que ha utilizado la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) durante el periodo 2023. A raíz de este objetivo, se desarrolla un estudio, para dar a conocer el papel desempeñado por CANARA para preservar la radiodifusión costarricense tras las diferentes formas de consumo usadas por la audiencia en el año 2023.

Este trabajo tiene como finalidad dejar un documento escrito para los radiodifusores, oyentes, periodistas y comunicadores que se desempeñan en la radio de nuestro país, así como también para toda la ciudadanía con interés sobre este medio de comunicación.

En el apartado referente al contexto, se explica en qué consiste CANARA y por qué su papel es de gran importancia en la radiodifusión costarricense. El lector puede observar el año de fundación de esta institución, así como la forma que está constituida. Este ente regulador cuenta con un producto radiofónico llamado PANORAMA, en este apartado se puede encontrar información sobre este espacio y su aporte para la sociedad costarricense; también suministra la Misión, Visión, así como las principales Comisiones de trabajo.

En el apartado metodológico, se describe cómo se aborda la sistematización de las variables, tales como: las medidas de preservación que ha utilizado CANARA, las campañas realizadas para incentivar el consumo de productos radiofónicos y el derecho a la libertad de expresión, ventajas y desventajas para CANARA al realizar estas campañas. A partir de un tipo de investigación mixto, se utilizaron datos cuantitativos y cualitativos para analizar la información. Por eso se usaron los instrumentos de recolección de información entrevista a profundidad, grupo focal, análisis de documento, análisis de contenido y estadística.

Asimismo, en el apartado teórico, se desarrollan los principales conceptos utilizados en este documento, en los cuales se destacan: radio, comunicación, medio de comunicación, ventajas, desventajas, preservación, campañas, entre otros. Este acercamiento teórico va a permitir un mayor entendimiento en el lector, así como profundizar en el análisis de resultados.

En el apartado referente al análisis de datos se da a conocer la información recopilada gracias a los instrumentos de investigación utilizados para ese fin. En este se pueden identificar

las medidas de conservación usada por la Cámara Nacional de Radiodifusión en el año 2023 con el fin de mantener la radio como medio de comunicación relevante; la investigación dio a conocer las campañas realizadas por CANARA para mantener la radio en esta posición. Dichas campañas fueron realizadas en conjunto con instituciones gubernamentales y privadas del país.

Por último, presentan las ventajas y desventajas que obtuvo la Cámara Nacional de Radiodifusión al desarrollar las medidas de preservación para mantener la radio como medio de comunicación relevante en el país. Este capítulo de investigación es de gran importancia ya que muestra todos los datos e información recopilada; las entrevistas fueron realizadas a los expertos de CANARA y ello permite evidenciar información veraz y de primera mano sobre la radiodifusión costarricense.

Con el fin de obtener la percepción de la audiencia sobre la radiodifusión costarricense y determinar el conocimiento que tienen de la Cámara Nacional de Radiodifusión, correspondiente a la unidad de estudio de esta investigación y la principal institución que se encargará de preservar la radio en Costa Rica; se realizó una encuesta mediante la plataforma digital Google Forms. En este apartado, se puede acceder a esa información.

El siguiente capítulo corresponde a las conclusiones y recomendaciones producto del estudio. Estas se presentan a partir de los objetivos trazados; también otro aspecto importante es las recomendaciones que se emiten a la Cámara Nacional de Radiodifusión, lectores en general, la Universidad Internacional de las Américas y las personas que se desarrollan en el mundo radiofónico del país.

Planteamiento del problema

La radiodifusión en Costa Rica ha proporcionado entretenimiento, información y educación al pasar de los años, esto ha permitido a la radio ser un medio de comunicación muy importante en el país; a se le suma que es un medio de comunicación gratuito y de libre acceso para toda la ciudadanía. La Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) al ser la institución que agrupa la gran mayoría de radiodifusores y vela porque se dé una radiodifusión de calidad y de buena práctica; debe realizar algunas medidas de preservación. En este trabajo se identifican las estrategias utilizadas por la Cámara en el año 2023, con el fin de mantener ese estatus de relevancia de dicho medio de comunicación.

Al respecto, Domínguez (2012) explica que: “La radio es medianamente portátil, pues se puede escuchar en los automóviles, en algunos dispositivos de música portátil, como los MP3, incluso en algunos teléfonos celulares, es por tal razón que sus alcances de audiencia son muy amplios, porque todo el mundo tiene acceso a la radio” (p.52)

La radiodifusión en el país ha traído grandes beneficios para la sociedad; en un plano general, Herrera (2014) considera que una ventaja de la radio es la participación de los oyentes en los programas emitidos por las principales radioemisoras, esto le permite al oyente satisfacer las necesidades comunicativas; la radio facilita un acceso rápido, cómodo, sencillo y, en ocasiones, solo se ve restringido por el juicio del productor, las posibles limitaciones técnicas, bloque de llamada o falta de tiempo “al aire”.

Mantener la radio como medio de comunicación relevante en el país permite tener un medio masivo y, por esto, gran cantidad de receptores puede acceder a la información. Esto es una característica muy importante de la radiodifusión costarricense. Al respecto, Domínguez (2002) menciona que:

La principal finalidad de los medios masivos es informar, formar y entretener, es por ello que dentro de los mismos medios existen diferentes tipos, para distintas finalidades; por ejemplo; dentro de la televisión, hay programas de entretenimiento, de noticias e información, culturales y educativos, y formativos para infantes de todas las edades (p.12).

Cuando se investiga sobre las medidas de preservación efectuadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) en el año 2023 para mantener la radio como medio de comunicación relevante, es importante recordar el concepto de preservación. Según la Real Academia Española son todas las acciones que se toman con el fin de lograr un efecto de preservación (Asale & Rae, s. f.).

En la actualidad, existen muchas formas para informarse, entretener y educarse; esto es un reto importante para la Cámara Nacional de Radiodifusión. Sin embargo, estos nuevos medios de comunicación no son de libre acceso para la ciudadanía y no son gratuitos como la radio en Costa Rica; esta permite obtener información de manera veraz e inmediata sobre los acontecimientos

nacionales e internacionales. Por eso se debe investigar sobre las medidas de preservación que ha realizado CANARA en beneficio de la radiodifusión en el año 2023.

En el presente estudio se realizan entrevistas a los expertos de la Cámara Nacional de Radiodifusión, pues ello permite una mayor profundidad de análisis del tema. Las entrevistas se dirigen a:

Tabla 1
Entrevistados

Nombre	Puesto
Gustavo Delgado	Periodista
Gustavo Piedra	Presidente
Andrés Quintana	Ex presidente

Elaboración propia.

Dichas entrevistas facilitan darle respuesta a los objetivos propuestos. Asimismo, para analizar la percepción del ciudadano sobre la Cámara Nacional de Radiodifusión se realiza una encuesta sobre el asunto.

Delimitación del problema

Las personas fuente de información para el tema en estudio, poseen las siguientes características: ser costarricenses mayores de 15 años que habiten en Costa Rica, esta limitante se aplica porque se analiza el consumo radiofónico en Costa Rica tras la aplicación de medidas de preservación realizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA). La encuesta se efectúa a través de la plataforma Google Forms.

Justificación

Este trabajo de investigación trata sobre las medidas de preservación que ha utilizado la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) durante el año 2023. Este tema es de gran importancia a nivel social, personal, académico e institucional.

A nivel social, es importante destacar el desempeño que tiene CANARA como entidad principal en la radiodifusión costarricense, la radio, los radiodifusores y productores radiofónicos es un sector productivo que depende económicamente de esta actividad. Tras las nuevas formas de consumo, es importante analizar las medidas de preservación que ha realizado la Cámara en beneficio de la radiodifusión costarricense. La radio es un medio de comunicación gratuito lo que le permite al oyente tener acceso a la información y a los emisores les da la oportunidad de utilizar el derecho a la libertad de expresión, con estas ventajas es transcendental preservar dicho medio de comunicación.

En este sentido, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en la Encuesta Nacional de Cultura del año 2016, indicó que el 57,3 % de la población costarricense de 5 años y más escucha programas de radio al menos un día a la semana. (INEC, 2017).

La importancia a nivel académico de este trabajo de investigación, es realizar una reflexión sobre el futuro de la radio como medio de comunicación e evidenciar las diferentes formas en las cuales se puede preservar la radiodifusión en nuestro país. Este documento puede funcionar como fuente de información para los estudiantes y profesionales de comunicación, radiodifusores y ciudadanía en general que despiertan interés en este medio.

Además, este trabajo da a conocer las principales campañas de CANARA para incentivar el consumo de productos radiofónicos y el derecho a la libertad de expresión en nuestro país, así como también un acercamiento a las ventajas y desventajas que la institución ha enfrentado al desarrollar estas medidas de preservación para la radiodifusión costarricense en el año 2023.

A nivel institucional la importancia recae sobre la Escuela de Periodismo de la Universidad Internacional de las Américas (UIA), al ser la institución que prepara académicamente a los estudiantes de periodismo. Esta investigación puede contribuir en esta tarea tan importante de esta casa de enseñanza. Además, puede ser un ejemplo para la realización de nuevas investigaciones, para generar nuevos aportes a las investigaciones en Ciencias Sociales.

Igualmente, las universidades especializadas en temas de comunicación deben hablar de la importancia de la radio como medio masivo, pues las radioemisoras siguen dando un aporte importante a la sociedad costarricense. Así es que esta investigación es un documento de consulta para todos los estudiantes que quieran conocer acerca del tema.

Igualmente, llega a ser importante por el crecimiento en el ámbito profesional que durante el desarrollo de este documento se adquirió, por cuanto la realización de un documento oficial para la Universidad Internacional de las Américas es enriquecedora por la información que suministra a profesores y estudiantes de Ciencias Sociales, pero sobre todo de la carrera de Periodismo. El acercamiento a la institución más importante de la radiodifusión en nuestro país llamada CANARA ha permitido abrir un diálogo acerca de temas importantes para la preservación de la radio como medio de comunicación.

La justificación para analizar las medidas de preservación que CANARA ha utilizado para preservar la radiodifusión en Costa Rica puede ser vista desde el ámbito social, académico, institucional y personal.

Objetivos de investigación

A continuación, se presentan los objetivos utilizados en esta investigación

Objetivo general.

Analizar las medidas de preservación que ha utilizado la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) para mantener la radio como medio de comunicación relevante. Durante el periodo 2023.

Objetivos específicos.

1. Identificar las medidas de conservación que ha utilizado la Cámara Nacional de Radiodifusión para mantener la radio como medio de comunicación relevante.
2. Enumerar las campañas realizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) para mantener la radio como medio de comunicación relevante.
3. Identificar las ventajas y desventajas que ha tenido CANARA al desarrollar estas medidas de preservación para mantener la radio como medio de comunicación relevante

Pregunta de investigación.

Para iniciar a investigar sobre un tema es necesario fijar una pregunta de investigación, esto permite establecer una idea clara sobre el tema a estudiar. La pregunta para este trabajo de investigación es: ¿Cuáles son las medidas de preservación que ha utilizado la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) para que prevalezca la radiodifusión en Costa Rica como medio de comunicación relevante durante el año 2023?

Hipótesis.

La radiodifusión en Costa Rica ha sido un medio de comunicación con gran credibilidad y ha sido de gran aporte para la Libertad de Expresión en nuestro país. Ante las diferentes formas de consumo que hay en la actualidad, se debe realizar una reflexión sobre los retos que van a tener que asumir los radiodifusores, comunicadores, controlistas y oyentes de radio. En relación con el objetivo general, la hipótesis de investigación es la siguiente: La Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) optó por utilizar medidas de preservación en el año 2023, esto con el fin de mantener la radio como medio de comunicación.

Antecedentes de investigación

Internacionales.

Una investigación realizada en Colombia analiza como tema principal “La radio noticiosa: sobreviviendo en la era digital”. Este estudio fue publicado en el año 2021 y fue realizado por Daniel David Jerez y dirigido por Raúl Acosta. El trabajo consistió en establecer cuál ha sido la transformación que ha venido teniendo la radio análoga de noticias en Colombia, tras la llegada y crecimiento de la era digital, establecer el tipo de estrategias y herramientas se están utilizando en medios radiofónicos de noticias para estar a la vanguardia de plataformas digitales. En el trabajo también se determina el grado de importancia que hoy tiene la radio análoga para la difusión de noticias y, por último, describe las características del periodista que funge como notario de la información y se convierte en el puente entre el mundo digital y la radio análoga.

Los resultados indican que las radionoticias sufrieron un proceso de transformación para poder estar en las plataformas digitales y lograr captar las nuevas audiencias, las noticias

radiofónicas están trabajando construcción de contenidos diferenciados, tanto para on-line como off-line y, por último, se replantea la vieja estructura que se utilizaba para emitir los informes al aire, basada en sujeto + verbo + predicado + voz del personaje + cierre sencillo que, si bien se sigue utilizando, ahora son los análisis, las opiniones y el contexto de la información, los que están prevaleciendo.

Otra investigación realizada en Argentina tiene como tema principal “El impacto de Internet en la radio argentina. Un análisis sobre los cambios en el modelo de negocios”. Este estudio fue publicado en el año 2019 y fue realizado por Santiago Torres y supervisado por Ignacio García y Marcos Gorban. El trabajo consistió en la exploración del registro de los hacedores de radio sobre las mutaciones que a partir del uso de las redes sociales, se dieron en las audiencias, el modelo de negocios y en las prácticas periodísticas y creación de contenidos del referido medio en los últimos 10 años; fueron analizadas las variaciones percibidas por directivos, conductores, productos y actores vinculados con la radio en la elección de contenidos por parte de los radioescuchas, la duración de esta sesión, el soporte desde donde se conectan con las emisoras y el target de los oyentes y, por último, fueron analizadas cuáles son las adaptaciones y cambios que empresarios, comercializadores y ejecutivos vinculados con la radio en el modelo de negocios, los nuevos módulos para buscar rentabilidad, supervivencia y crecimiento.

Los resultados de esta investigación evidencian que las plataformas *streaming* son compatibles con la radio y no sustitutas. En todo caso, son productos sustitutos, la radio agrega la producción de contenidos audiovisuales a su cartera de productos periodísticos para la audiencia y anunciantes, entre otros resultados.

Por último, se incluye una investigación realizada en Chile, esta tiene como tema principal la “Evolución de las transmisiones deportivas radiales en Chile”. Este estudio fue publicado en 2015 y fue realizado por Hassan Apud y César Vera y supervisado por Sergio Campos. El trabajo consistió en mostrar cuáles son los avances tecnológicos de las transmisiones radiofónicas en Chile. Se determinaron los cambios informativos de los programas deportivos de las radios en los últimos 70 años, también fue establecido si la evolución en el tratamiento que dan las emisoras a la información deportiva ha ido de la mano con los cambios generales del país y, por último, se realizó una comparación de estilos a nivel de relatores y comentaristas.

Los resultados de esta investigación evidencian que las universidades juegan un papel importante en resaltar la historia de la radio en Chile, los contenidos sufrieron variaciones y los profesionales le dieron un mayor peso específico en las transmisiones deportivas.

Nacionales.

En una investigación realizada en Costa Rica, se estudia como tema principal tener una radio en línea para la biblioteca pública. Este estudio fue publicado en el año 2020, fue realizado por Susana Aguilar Zumbado. El trabajo consistió en: elaborar el diseño de la radio y su programación, determinar los requerimientos necesarios para la ejecución del diseño de la radio en línea, tener claro el perfil de la persona profesional que va a estar a cargo de ello y realizar el plan piloto sobre la radio en línea.

Los resultados indicaron las percepciones sobre la radio en línea, los instrumentos que necesitan para implementar este plan piloto y los temas a tratar en dicho espacio.

Otra investigación realizada en Costa Rica, estudia como tema principal: analizar el impacto que produce el podcast como herramienta de difusión con contenido periodístico en el tercer trimestre del 2021, casos a analizar: Noticias Rinfoam, Noticias de Panamá y Noticias de Guatemala Hoy. Este estudio fue publicado en el año 2022, fue realizado por Daniela Miranda Carvajal. El trabajo consistió en definir la importancia y la necesidad de integrar recursos tecnológicos a la propagación de noticias, evaluar la veracidad de las noticias emitidas en los podcasts: Rinfoam, Noticias de Panamá y Noticias Guatemala Hoy, establecer cuan conclusiva, concisa, explicativa o breve es la información que se brinda en el podcast en contra parte de las noticias emitidas en el medio digital.

Los resultados evidenciaron lo siguiente: en la actualidad a causa del uso diario de la tecnología es necesario utilizar nuevos métodos para lograr informar a la población sobre los eventos nacionales e internacionales.

Además, el estudio realizado en Costa Rica, cuyo tema principal es la creación de un manual con recomendaciones técnicas, como referencia para la actualización de equipos de producción, transmisión y recepción de señales televisivas para las empresas de radio y televisión

de Costa Rica; en miras a las exigencias actuales de los usuarios, el cambio de televisión analógica a televisión digital del espectro radioeléctrico.

Este estudio fue publicado en el año 2016 y fue realizado por Ronny Ramírez Vargas. El trabajo consistió en sintetizar la información técnica sobre radio y televisión digital, se consideran leyes, decretos nacionales, estándares y normativas internacionales, la recopilación de la información nacional sobre radio y televisión analógica y digital y la identificación de las políticas y normativas vigentes en el país sobre radio y televisión.

Los resultados de esta investigación evidenciaron lo siguiente: se deben promocionar seminarios, charlas y capacitaciones en línea a nivel de país para actualizar al personal de telecomunicaciones relacionado directamente con la radio y TV y es recomendable realizar los cambios en equipamiento de una manera pausada y con miras a corto y mediano plazo, considerando los tiempos y costos de la implementación final.

Proyecciones

Con esta investigación se busca dejar un documento de consulta para los estudiantes de periodismo, comunicadores, radiodifusores, profesores de las principales universidades del país y público en general que posean interés sobre el tema. Las proyecciones serán escritas a continuación:

- Generar un documento que tenga información sobre el trabajo que realizó la Cámara Nacional de Radiodifusión con el fin de mantener la radio como medio de comunicación relevante en el año 2023.
- Este trabajo de investigación pretende dar información actual y veraz sobre el trabajo que ha realizado la Cámara Nacional de Radiodifusión en el año 2023 con el fin de mantener la radio como medio de comunicación relevante. Esto va a ayudar a la realización de nuevas investigaciones sobre la radiodifusión costarricense.
- Por medio de los diferentes instrumentos aplicados en esta investigación, tanto como las entrevistas realizadas a los expertos de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) como la encuesta realizada a la ciudadanía costarricense para evidenciar la percepción que tienen sobre la radiodifusión costarricense y el trabajo realizado por CANARA para la preservación radiofónica en Costa Rica. Ello va a permitir suministrar

datos importantes tanto a la Universidad Internacional de las Américas, a CANARA y al público que despierte el interés sobre la radiodifusión.

- Generar conciencia sobre la radiodifusión costarricense, la importancia de la radio como medio de comunicación en el territorio nacional y el aporte que le da a la democracia, la cultura, los valores y el patriotismo nacional.
- Brindar recomendaciones y conclusiones a la Cámara Nacional de Radiodifusión con base en los temas investigados en este documento.
- Demostrar a la población la importancia de la radio en Costa Rica, porque al ser un medio de comunicación gratuito y de libre acceso, permite una penetración total a la audiencia.
- Generar un instrumento para ayudar a los profesores de la Universidad Internacional de las Américas (UIA) a enseñar en que consiste la radiodifusión en Costa Rica.

Antecedentes históricos

La Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) es la institución que reúne a la mayoría de radiodifusores de nuestro país, está constituida por personas físicas y jurídicas, dueñas de radiodifusoras o quienes cuentan con frecuencias de radiodifusión. Esta institución fue fundada en el año 1952 con el fin de representar los intereses generales de los radiodifusores costarricenses y para ser el órgano de consulta del Gobierno y de instituciones públicas y privadas en todos los aspectos relacionados con la radiodifusión. (CANARA, 2023).

CANARA cuenta con el apoyo de una estructura directiva, comisiones de trabajo, y asociadas en todo el país. Esta estructura de trabajo permite promover el desarrollo de la industria de radio, defender la radiodifusión privada, libre e independiente de los principios cívicos y democráticos del país y de la Libertad de Expresión y Libre pensamiento; con el fin de que el radiodifusor se mantenga actualizado y avanzado en temas relacionados con tecnología y diversos aspectos de la radiodifusión; CANARA ofrece a sus socios asesoría profesional y una amplia gama de servicios, publicaciones, seminarios, y actividades de capacitación y desarrollo de la industria (CANARA, 2023).

La Junta Directiva de CANARA se desempeña como el órgano de dirección de la Cámara, entre sus funciones primordiales se encuentra ser el grupo de representación al gremio de la radio ante las autoridades nacionales e internacionales. La preservación de la radiodifusión

es un objetivo importante para este órgano directivo, por eso se encarga de velar por el cumplimiento de los estatutos y los acuerdos originados por la Asamblea General. Asimismo, defiende activamente los intereses de la radiodifusión de nuestro país; también, se encarga de proponer medidas con el fin de que la industria radiofónica tenga un crecimiento en Costa Rica (CANARA, 2023).

Comisiones de trabajo de la Cámara Nacional de Radiodifusión

La Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) cuenta con diferentes grupos de trabajo para poder cumplir con las tareas necesarias de la institución, estas son las Comisiones. Entre las principales están: Comisión de Gobierno, Comisión de Mercadeo y Fomento de la radio, Comisión de Amplitud Modulada (AM), Comisión de Panorama y la Comisión de Asuntos Técnicos (CANARA, 2023).

Comisión de Gobierno

Esta comisión se encarga de estudiar las leyes, reglamentos, disposiciones y proyectos realizados por el Gobierno. Tiene participación en reuniones con autoridades gubernamentales, con el propósito de representar al gremio y defender la radio en este país (CANARA, 2023).

Comisión de Mercadeo y Fomento de la radio

El objetivo principal de esta Comisión es promover el uso de la radio y establecer prácticas de mercadeo, comercialización e imagen del medio, con el fin de lograr estrategias convenientes para el crecimiento de la radio como medio publicitario y para incrementar la contratación publicitaria y así promover una mayor asignación de los presupuestos publicitarios al medio (CANARA, 2023).

Comisión de Amplitud Modulada (AM)

Este grupo de trabajo se encarga de fortalecer las estaciones de radio que cuentan con amplitud modulada (AM); realiza acciones para obtener un mayor desarrollo en el ámbito comercial, tecnológico y de capacitación, motiva a realizar investigaciones de mercado que permitan orientar ampliamente la labor de comercialización y programación en las emisoras AM y estaciones locales (CANARA, 2023).

Comisión de Panorama

La cadena radiofónica PANORAMA se realiza con el fin de contribuir a la cultura, democracia y a la libertad de expresión, es la tribuna de libre intercambio de ideas para todos los costarricenses. Cada mañana al ser las 7:00 a.m., más de 80 emisoras se unen para transmitir PANORAMA, el programa de Cadena Radial Costarricense (CANARA, 2023).

Comisión de Asuntos Técnicos

Se encarga de estudiar, analizar y proponer acciones para el adecuado surgimiento, aplicación y desarrollo de nuevas tecnologías en la radiodifusión mundial que se puedan adaptar a las condiciones generales costarricenses. Promueve entre los asociados información especializada sobre nuevas tecnologías de radiodifusión. (CANARA, 2023).

La Cámara Nacional de Radiodifusión ha elegido su nueva Junta Directiva para el período 2024-2026, la cual esta conformada de la siguiente forma:

Tabla 2

Junta Directiva de CANARA

Junta Directiva de la Cámara Nacional de Radiodifusión período 2024-2026

Nombre	Puesto
Gustavo Piedra Guzmán	Presidente
Ronald Hernández Rojas	Vicepresidente
Andrés Quinta Espino	Secretario
Luis Monge Hernández	Tesorero
Fernán Castro Monge	Vocal I
Juan Vega Rosales	Vocal II
Gerardo Mora Pana	Vocal III
Ronald Cubillo Burgos	Vocal IV
José Cañas Villalón	Fiscal

CANARA 2023

Los presidentes honorarios de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) para el período 2024-2026 son:

Tabla 3
Presidentes honorarios de CANARA

Presidentes honorarios
Rigoberto Urbina Pinto
Andrés Quintana Cavallini
Luis Enrique Ortiz Vaglio

CANARA 2023

La Cámara Nacional de Radiodifusión cuenta con 61 radioemisoras asociadas, las cuales tienen sus instalaciones en todo el país; estas radioemisoras son en frecuencia modulada (FM) y también en amplitud modulada (AM). (Ver anexo número 1). CANARA cuenta con una misión y visión, las cuales son:

Misión: “Fortalecer el desarrollo de la industria de la radio costarricense, defendiendo la Libertad de expresión y los derechos de la radiodifusión privada, libre e independiente” (CANARA, 2023).

Visión: “Guiar y promover el desarrollo de la actividad de la radiodifusión basada en el principio de libertad empresarial” (CANARA, 2023).

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

En este capítulo se incluyen los conceptos importantes utilizados, estos hacen referencia a la opinión de diferentes autores que han realizado importantes investigaciones con el fin de lograr su comprensión.

Comunicación

Para Chiavenato y Mc Grawn (2006) la comunicación es: “El intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social” (p.110).

Por otro lado, Lamb, Hair y McDaniel (2006) definieron la comunicación como: "el proceso por el cual intercambiamos o compartimos significados mediante un conjunto común de símbolos" (p.484).

El concepto de comunicación también se puede ver desde una perspectiva personal, como lo define María del Socorro Fonseca: “llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes" (Fonseca, 200, p.4).

La Real Academia Española (RAE, 2024) la define como: “Trasmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor”.

Este concepto lleva a aclarar los principales elementos de la comunicación, esta información corresponde al siguiente cuadro:

Tabla 4
Elementos de la comunicación

Elemento	Definición
Emisor	El emisor hace referencia a la persona que emite un mensaje.
Receptor	El receptor es la persona que recibe el mensaje
Mensaje	Conjunto de señales, signos o símbolos que son objeto de una comunicación.

Fuente: Elaboración propia con base a la Real Academia Española, 2024.

Radio

El concepto que será analizado a continuación es la radio. Este es un canal a través del cual todas las voces pueden estar representadas y tienen la libertad de expresarse en libertad para ser escuchadas (CDHCM, 2020).

A partir de esta definición, se puede deducir que uno de los principales objetivos en la radiodifusión es garantizar la libertad de expresión en las diferentes producciones radiofónicas que se pueden emitir gracias a una frecuencia radiofónica. Es de gran importancia tener en claro la definición de radio, pues es el fundamento de este estudio.

Mientras, hay autores que definen la radio como un flujo de información en la cual su mayoría se acostumbra dar lectura a noticias; estas circulan en los principales medios escritos del país, para el autor esta costumbre maneja a la dependencia de los medios escritos (García, 1980). Se presenta este fenómeno en algunas emisoras costarricenses, sin embargo, se debe recordar que hay otros géneros utilizados en las emisoras de radio.

La radiodifusión con más profundidad, se puede definir como la producción y difusión de señales radioeléctricas de audio y video a través de ondas de cable destinadas al público en general o bien a un sector determinado. Una estación basa su señal a través del aire para ser recibida casi que al mismo tiempo por los receptores radiofónicos (Fuentes, 2016, s.p.).

Frecuencia modulada (AM)

Cuando se habla de frecuencia modulada, se hace referencia a un concepto fundamental para el gremio radiofónico. Ruíz (2000) define esta frecuencia como el sistema de transmisión de radio en que la onda portadora se modula de forma que su frecuencia varíe según la señal de audio transmitida (p.48).

Para Limann (1998) este concepto hace referencia al conjunto de ondas radiofónicas con frecuencias entre los 88 y 108 MHZ, por las cuales se pueden emitir producciones radiofónicas a menores distancias de la frecuencia modulada (FM) (p.90).

Libertad de expresión

Según el artículo 19 de la Convención Americana sobre los Derechos Humanos (CADH) la libertad de expresión hace referencia a que:

Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección (CADH, 2024).

Según la Real Academia Española la libertad de expresión hace referencia al derecho que cuenta cualquier persona para manifestar o difundir libremente ideas, opiniones o informaciones (RAE 2024).

En Costa Rica la Constitución Política refiere el derecho de la libertad de expresión con que cuenta cada ciudadano del país como sigue: “Todos pueden comunicar sus pensamientos de palabra o por escrito, y publicarlos sin previa censura; pero serán responsables de los abusos que cometan en el ejercicio de este derecho, en los casos y del modo que la ley establezca” (Constitución Política de Costa Rica [Const]. Art. 29. 07 de noviembre de 1949).

Es importante recordar que la Constitución Política Costarricense defiende este derecho en la radiodifusión y toda persona interesada en el tema debe estar enterada de ello, pues en algunos artículos prevalece la buena práctica de este derecho que el ciudadano costarricense tiene a su disposición.

Preservación

La preservación es un término definido por los autores de la siguiente manera:

Desde la óptica del Canadian Code of Ethics (s.f.) son todas las acciones realizadas con el objetivo de salvaguardar para el futuro la propiedad cultural.

Teniendo en cuenta que el concepto de preservación y conservación van de la mano, es importante definir la conservación como un conjunto de acciones que tienen como objetivo prolongar la vida de un material, a merced a la prevención del daño o la corrección del daño (Viñas, 1988 p.2).

La preservación también se puede definir como: “la organización y programación de toda clase de actividades relacionadas con la conservación de las colecciones en general” (COMMA, 2001, p.59).

Campaña

Los autores Russel y Lane (2005) definen campaña como el desarrollo de una estrategia, medios, investigación, serie de anuncios impresos y transmisiones durante un periodo (p. 647).

Hay otros autores que definen una campaña como un plan extenso para una serie de anuncios diferentes que aparecen en diversos medios de comunicación (Wells, Burnett y Miortary, 1996).

Este concepto tiene origen bélico, en ese ámbito hace referencia a una guerra continua, luego fue adoptado por la industria de la publicidad.

Según Stanton, Etzel y Walker (2007) una campaña puede ser énfasis a las tareas requeridas para transformar un tema en un programa con el fin de lograr una meta con un producto (p. 410).

Para esta investigación es importante tener los conceptos claros, pues ello permite un mayor entendimiento de las bases teóricas y se logra evidenciar los puntos de vista de algunos autores sobre los términos expuestos.

Radiodifusión

Al hablar sobre radiodifusión, se refiere también a la idea de la producción radiofónica. Esto se puede definir de la siguiente forma:

María Pilar Costa Martínez lo define como el proceso creativo que implica la aplicación de técnicas, hábitos y destrezas donde la agenda de trabajo consiste en realizar programas para radio y el contenido lo va a definir el género que se quiera practicar (Costa, 2002, p. 164). Mientras que Ema Rodero explica este concepto como: “A cualquier proceso de creación y elaboración que obtiene como resultado productos de muy diversa índole. Así un proceso productivo siempre mantiene como objetivo el nacimiento de una nueva realidad” (Rodero, 2014, s.p.).

Para José Antonio Trujillo la producción radiofónica hace referencia al proceso de elaboración de un producto radial, y todas las acciones que contemplan su realización. (Ripamontti, s. f.).

Medio de comunicación

Para Pierre (1989) la definición de medio de comunicación corresponde a lo siguiente: “Son los mecanismos de distribución de las obras del espíritu o los instrumentos de comunicación entre los hombres” (p.118).

Este concepto es analizado desde la óptica del equipo editorial, Étece (2020) “Los medios de comunicación han tenido un rol preponderante dentro del desarrollo humano y de las sociedades. Su principal objetivo ha sido ofrecerse como canal a través del cual las personas se comunican y obtienen información.”

Se puede deducir que un medio de comunicación es un canal para que el emisor pueda suministrar información al receptor. Una de las características principales es que es de carácter masivo, es decir, aquellos que permiten emitir un mensaje a grandes masas, por ejemplo, la radio y la televisión.

Ventajas y desventajas de la radio

Según la información de Herrera (2003) una de las principales ventajas de la radiodifusión es:

La participación de los oyentes en los programas de radio permite a estos satisfacer sus necesidades comunicativas, ya que pone a su disposición un acceso rápido, cómodo y sencillo, que, en ocasiones, se encuentra sólo restringido al juicio del productor y a las posibles limitaciones técnicas de falta de tiempo y de bloqueo de las líneas telefónicas del programa (p. 125).

Mientras que las desventajas de realizar una producción radiofónica, según la información de Duarte (2014): para poder realizar la transmisión se debe contar con un espacio en la programación de la emisora de radio, el noticiero solo dura sesenta minutos, la radio en el país tiene frecuencias limitadas, es fugaz y solo cuenta con audio.

Tabla 5**Cronología de la radiodifusión en Costa Rica**

Fecha	Hecho histórico en la radiodifusión
24 de diciembre de 1927	De la mano del benemérito de la patria, el señor Amando Céspedes se realiza la primera transmisión en onda larga.
15 de enero de 1928	Se realiza la primera transmisión deportiva de radio en un estadio. El compromiso fue de fútbol entre el Herediano y el Alianza de Perú.
9 de junio de 1932	Llega a la producción radiofónica el radio teatro cuando profesores y alumnos fundaron el teatro Burlesco
26 de julio de 1933	Se elige a Aurorita de Almar como la nueva novia de la radio. Esta distinción fue gracias a actividades realizadas por emisoras de la época.
2 de enero de 1936	Por primera vez los partidos políticos pueden usar publicidad en la radio.
12 de abril de 1936	Sale al aire por primera vez la emisora llamada Athenea
14 de noviembre de 1937	“La voz del trópico” emisora costarricense es escuchada en Europa y América.
29 de junio de 1947	“Diario del aire” en su primera edición
23 de febrero de 1948	Radio Faro del Caribe transmite por primera vez
25 de julio de 1952	Radio Fides sale al aire.
1º de mayo de 1958	Se crea radio periódico Reloj
4 de marzo de 1968	Se crea la Escuela de Comunicación de la Universidad de Costa Rica (UCR)
25 de abril de 1978	Se crea Radio Nacional (SINART)
4 de agosto de 1981	Muere Amando Céspedes pinero de la radio en el país
6 de octubre de 1992	Se crea Radio Nacional de España en Cariari, Pococí
15 de enero del 2007	Radio Reloj y Monumental deciden unirse.
5 de julio del 2007	Sale al aire Radio Malpaís una emisora virtual

Fuente: Elaboración propia basada en Tovar, E. (2013) Cronología de la radiodifusión de

Costa Rica

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo de la investigación se va a conocer el enfoque, fuentes de información, tipo de investigación, entre otros aspectos importantes a nivel metodológico.

Tipo de diseño

El diseño utilizado en esta investigación es Mixto de Triangulación Concurrente (DITRIAC), pues esto va a permitir la recolección de datos cuantitativos y cualitativos aproximadamente en el mismo tiempo. Este diseño va a permitir una variedad de datos e información con el fin de poder abarcar los objetivos planteados en esta investigación.

Tipo de investigación

La investigación realizada es de tipo explicativa. Según Hernández Sampieri (2014) el estudio explicativo pretende establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudian.

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables (Hernández Sampieri, 2014, p. 95).

Mientras que según Gallardo (1991) se entiende por una investigación explicativa al tipo que “constituye el conjunto organizado de creencias, descubrimientos y afirmaciones que ayudan a interpretar una realidad” (p.33).

Fuentes de información

A continuación, se van a describir los tipos de fuentes de información que se utilizaron en la investigación, los cuales son: entrevistas a expertos de CANARA, encuestas realizadas a diferentes grupos focales, análisis de documentos de la Cámara Nacional de Radiodifusión, y por último las estadísticas sobre la radiodifusión para verificar datos oficiales. Hay que recordar que una fuente de información es “una persona u objeto que provee datos para la investigación” (Hernández Sampieri et ál. 1996, p. 23.)

La fuente primaria hace referencia a la información obtenida en la literatura, según lo explica Hernández (2006) “proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos

que incluyen los resultados de los estudios correspondientes” (p.66). Las fuentes primarias están constituidas por: libros, documentos oficiales, antologías, tesis, artículos periodísticos, artículos de publicaciones periódicas, documentas, testimonios de expertos, entre otros.

Dentro de las fuentes primarias está la información que se recolecte de los instrumentos aplicados en las entrevistas a los expertos de CANARA, en especial al señor Gustavo Piedra actual Presidente de la Cámara Nacional de Radiodifusión, se analizan los documentos sobre las diferentes campañas realizadas, con el fin de preservar la radiodifusión costarricense y que la radio sea un medio de comunicación relevante en el año 2023, la identificación de las medidas de conservación que ha utilizado la Cámara Nacional de Radiodifusión para mantener la radio como medio de comunicación relevante, la enumeración de las campañas realizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) para mantener la radio en ese estatus e identificar las ventajas y desventajas que ha tenido CANARA al desarrollar dichas medidas.

Las fuentes de información secundarias según Hernández et al (2006) son las referencias resumidas de fuentes primarias o publicaciones temáticas de esas fuentes ya establecidas en un área de conocimiento particular. Estas fuentes se pueden encontrar según Hernández et al (2006) en “listas, compilaciones y resúmenes de referencias o fuentes primarias publicadas en un área de conocimiento particular (p.66).

Las fuentes secundarias en esta investigación corresponden a los oyentes quienes podrán opinar sobre el tema, mediante una encuesta realizada por medio de Google Forms y para finalizar se puede analizar los datos emitidos por la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y Kantar Iprobe Media.

Unidades de estudio

Esta información será presentada por medio de una tabla, el contenido es sobre cómo van a ser analizadas las variables establecidas en el documento. La tabla contiene el objetivo, la variable, indicador, la definición conceptual y la definición instrumental.

Tabla 6
Unidades de estudio de esta investigación

Objetivo	Variable	Indicador	Definición conceptual	Definición instrumental
Identificar las medidas de conservación que ha utilizado la Cámara Nacional de Radiodifusión para mantener la radio como medio de comunicación relevante.	Las medidas de conservación que ha utilizado la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA)	Cantidad de medidas de preservación utilizadas. Conocer si CANARA ha implementado el uso de redes sociales. Cantidad de oyentes que sintonizan los productos radiofónicos de CANARA. Asesorías dadas por CANARA a sus radiodifusores asociados. Analizar los principales mensajes que envía CANARA para incentivar el consumo radiofónico Lugares físicos donde se resalte la historia de la radio. Actividades donde se hable de la importancia de la radiodifusión en nuestro país. Eventos masivos para la audiencia.	Según el Canadian Code of Ethics define la conservación como “todas las acciones realizadas con el objetivo de salvaguardar para el futuro la propiedad cultural, incluyendo las siguientes etapas: averiguación (examination), documentación, conservación preventiva, preservación, tratamiento, restauración y reconstrucción. (Earl, 2003, p. 191)	Se elaboró una entrevista a los expertos de CANARA para obtener la información sobre las medidas de conservación que ha utilizado la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) Encuesta a la audiencia
Enumerar las campañas realizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) para mantener la radio como medio de comunicación relevante.	Las campañas realizadas por CANARA para mantener la radio como medio de comunicación relevante .	Costo de la campaña. Alcance en emisoras de radio. Impacto de CANARA en defensa de la Libertad de Expresión. Fidelidad del oyente. Participación de figuras relevantes en la radiodifusión. Número de campañas utilizadas en el 2023 Aceptación de las campañas en la audiencia.	Una campaña es el desarrollo de una estrategia, medios, investigación, serie de anuncios impresos y transmisiones durante un periodo. Russel y Lane (2005, p. 647)	Se elaboró una entrevista a profundidad, la cual se basó en la elaboración de preguntas que permitieron obtener información sobre las principales campañas que CANARA ha desarrollado.
Identificar las ventajas y desventajas que ha tenido CANARA al desarrollar estas medidas de preservación para mantener la radio como medio de comunicación relevante.	Ventajas y desventajas que ha tenido CANARA al desarrollar las medidas de preservación.	Mantener o contar con nuevas afiliaciones. Opinión pública. Cambios en la forma de consumo. Audiencia informada por mensajes en la estrategia. Costo de la estrategia. Alcance en línea. Análisis de contenido. Alianzas estratégicas. Analizar la retención de la audiencia. Mejoramiento en la imagen de la Cámara Nacional de Radiodifusión.	La preservación también se puede definir como: “la organización y programación de toda clase de actividades relacionadas con la conservación de las colecciones en general”. (COMMA, 2001, p.59)	Se va a utilizar la entrevista a profundidad a parte de la Junta Directiva de CANARA para poder obtener información primaria sobre las ventajas y desventajas que esta institución ha enfrentado por desarrollar las medidas de preservación. También se va a realizar una encuesta a las personas para determinar su percepción de la radiodifusión en Costa Rica y si considera que se han dado medidas de preservación por parte de CANARA.

Fuente: Archivos del investigador

Delimitación de la población

Institución/Organización/Empresa: Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA).

Tipo de muestra: expertos.

Tamaño de la muestra: tres personas.

Tabla 7
Personas a entrevistar

Expertos a entrevistar	Cargo
Gustavo Piedra	Presidente Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA)
Andrés Quintana	Ex presidente de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA)
Gustavo Delgado	Periodista de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA)

(CANARA 2023). Elaboración propia.

Criterios de inclusión y exclusión

El trabajo de investigación cuenta con un tipo de muestra dirigida a los expertos de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA), en total se van a entrevistar a tres personas de la institución que cuentan con el conocimiento y experiencia sobre el tema. Los expertos forman parte de la Junta Directiva, el Departamento de Comunicación y un ex presidente de CANARA.

El filtro principal para la escogencia de estos expertos es que al ser una fuente de información primaria tienen acceso a documentos oficiales de la institución, así como también han desarrollado las diferentes estrategias para fomentar la radiodifusión costarricense.

Según Barrantes (1999) el concepto de población hace referencia a “un conjunto de elementos que tienen una característica en común y puede ser finita o infinita” (p.135). Mientras que la muestra hace referencia al sub grupo de la población, esto se realiza porque en muchas ocasiones es difícil y con la muestra se busca obtener un reflejo fiel de la población (Hernández et al, 2006, pág.240).

Tipo de muestra

El tipo de muestra utilizada fue por expertos, ya que en esta investigación es necesaria la intervención de personas que cuenten con un amplio conocimiento sobre el tema. Este tipo de muestra es muy utilizada cuando el investigador pretende mejorar un proceso industrial o de calidad (Hernández et al, 2006, pág.387).

Fase de recolección de datos

Es importante recordar que son las herramientas de recolección de datos: estos son instrumentos utilizados para obtener información para luego ser utilizados en la muestra o también hace referencia al “recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente” (Hernández et al, 2006, pág.276.).

Para el primer objetivo específico, se elaboró una entrevista a los expertos de CANARA para identificar las medidas de conservación que ha utilizado la Cámara Nacional de Radiodifusión para mantener la radio como medio de comunicación relevante (ver anexo 2). La entrevista consiste en una reunión para conversar e intercambiar información entre el entrevistador y entrevistado o un grupo de entrevistados (Hernández, 2006, p.403).

También se analizan los diferentes documentos y estadísticas que ha realizado la Cámara Nacional de Radiodifusión con el fin de preservar la radio en Costa Rica. El análisis documental consiste en obtener y consultar la bibliografía y otros materiales que parten de varios conocimientos e informaciones recogidas moderadamente y que pueden funcionar en el trabajo de investigación (Hernández, Fernández& Batista, 2000, P.50).

Para el segundo objetivo específico, se elaboró una entrevista a profundidad, la cual se basó en la elaboración de preguntas que permitieron obtener información sobre las campañas realizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) para mantener la radio como medio de comunicación relevante.

La definición de entrevista por parte de Alles (2003) es “un diálogo que se sostiene con un propósito definido y no por la satisfacción de conversar. Las palabras, los ademanes, las expresiones y las inflexiones concurren al intercambio de conceptos que constituyen la entrevista” (p. 18).

Por último, para el tercer objetivo específico, se utiliza la entrevista a profundidad a parte de la Junta Directiva de CANARA para identificar las ventajas y desventajas que ha tenido CANARA, al desarrollar estas medidas de preservación para mantener la radio como medio de comunicación relevante. También se va a realizar una encuesta a las personas para determinar su percepción de la radiodifusión en Costa Rica y si se debe preservar la radiodifusión en Costa Rica. Según Hernández (1997) la encuesta consiste en un conjunto de preguntas presentados en forma de afirmaciones o juicios en los cuales se les solicita a los participantes la reacción sobre lo que se está consultando.

Instrumento

Según la definición de Hernández et al. (2018) un instrumento hace referencia a “Al recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente”. Un instrumento de investigación permite obtener información para responder a los objetivos de un trabajo de investigación.

Análisis de contenido

Se va a realiza un análisis de las principales medidas de conservación realizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) en el año 2023, con el fin de mantener la radio como medio de comunicación relevante, se enumeran las campañas realizadas para este efecto.

Entrevista

Con el fin de lograr ese análisis de contenido, realiza una entrevista. De acuerdo con Campoy et al (2009): “se entiende como una interacción entre dos personas, planificada y que obedece a un objetivo, en la que el entrevistado da su opinión sobre un asunto y, el entrevistador, recoge e interpreta esa visión particular” (p.2).

La entrevista se efectúa a los expertos de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA):

- Gustavo Piedra, presidente de la Cámara Nacional de Radiodifusión.
- Gustavo Delgado, periodista de la Cámara Nacional de Radiodifusión.
- Andrés Cavallini, ex presidente de la Cámara Nacional de Radiodifusión.

Tabla 8
Preguntas realizadas a los expertos

Preguntas	
Objetivos Específicos	Preguntas
Identificar las medidas de conservación que ha utilizado la Cámara Nacional de Radiodifusión para mantener la radio como medio de comunicación relevante.	¿Cuáles medidas de conservación utilizaron en el año 2023 con el fin de preservar la radiodifusión en Costa Rica?
Enumerar las campañas realizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) para mantener la radio como medio de comunicación relevante.	¿Cuáles han sido las campañas realizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión para mantener la radio como medio de comunicación relevante?
Identificar las ventajas y desventajas que ha tenido CANARA al desarrollar estas medidas de preservación para mantener la radio como medio de comunicación relevante.	¿Cuáles fueron las ventajas y desventajas que obtuvo CANARA al realizar estas medidas de preservación en el año 2023?

Fuente: Elaboración propia

Cuestionario

El cuestionario permite obtener información rápida sobre las variables investigadas. Según Casas et al (2003) el cuestionario es “Utilizado para recoger de manera organizada la información que permite dar cuenta de las variables que son de interés en cierto estudio, investigación, sondeo o encuesta”. El cuestionario aplicado en esta investigación es autoadministrado.

Según Hernández et al (2014):

Autoadministrado significa que el cuestionario se proporciona directamente a los participantes, quienes lo contestan. No hay intermediarios y las respuestas las marcan ellos. Pero la forma de autoadministración puede tener distintos contextos: individual, grupal o por envío (correo tradicional, correo electrónico y página web o equivalente) (p.233).

Muestra

Según Arias (2003) la muestra es “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p.83). El objetivo de la muestra en la investigación es recolectar datos, procesarlos y analizar los resultados.

Las personas que participan en la muestra corresponde a voluntarios y representan a la ciudadanía costarricense que escucha radio, con el objetivo de incluir variedad de casos que deben formar parte.

Criterios de inclusión y exclusión

El tema investigado es muy amplio en Costa Rica, es por eso que el enfoque principal de la muestra es por eso que se va limitar a la población costarricense para realizar la muestra.

Criterios de inclusión

- Personas que vivan en Costa Rica.
- Personas que sientan un interés por la radiodifusión costarricense.
- Deben ser mayores de 15 años.
- Deben contar con un aparato electrónico con acceso a internet.
- Deben ser personas voluntarias para poder responder a la encuesta.

Criterios de exclusión

- Personas que vivan fuera de Costa Rica.
- Personas que no sientan un interés por la radiodifusión costarricense.
- Menores de 15 años.

- Ciudadanos que no cuenten con un aparato electrónico con acceso a internet.
- Personas que no tengan la voluntad de dar respuestas.

Población y muestra

El tamaño de la muestra es importante para los investigadores, esto permite saber la cantidad de individuos necesarios para llevar a cabo el estudio. Es importante calcular la muestra, para desarrollar bien los recursos de investigación.

Recolección de datos

El cuestionario de la encuesta fue creado mediante la plataforma digital Google Forms y distribuido a las personas por aplicaciones de mensajería, en la redacción se facilitaba un acceso a las preguntas que debían responder. El tamaño de la muestra fue de 100 personas en total, donde participaron hombres y mujeres.

Para la realización de las entrevistas presenciales a los expertos de la Cámara Nacional de Radiodifusión, se utilizaron las instalaciones de CANARA ubicadas en la provincia de San José; mientras que en el caso de Andrés Quintana, la entrevista se realizó en las instalaciones de Cadena Radial Costarricense.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo de la investigación se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a expertos de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) para determinar las medidas de preservación efectuadas en el año 2023 ; además, de la encuesta a la ciudadanía sobre su percepción sobre la radiodifusión nacional. Esta búsqueda de información es realizada para alcanzar los objetivos trazados en este trabajo.

Tabla 9
Palmarés de los expertos

Experto	Cargo
Gustavo Piedra Guzmán	Presidente de la Cámara Nacional de Radiodifusión (Período 2024-2026) Radiodifusor en representación de Radio Victoria. Vice- Presidente- Tesorero de la Asociación Internacional de Radio y Televisión (AIR). (Período 2023-2025)
Gustavo Delgado	Periodista de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA)
Andrés Quintana Cavallini	Ex Presidente de la Cámara Nacional de Radiodifusión (Período 2020-2022) Radiodifusor en representación de Cadena Radial Costarricense.

Fuente: Elaboración propia.

Las entrevistas a los expertos de CANARA fueron realizadas de manera presencial en las instalaciones de la Cámara Nacional de Radiodifusión ubicadas en la provincia de San José, Costa Rica; se decidió esta forma de trabajo con el fin de tener el máximo contacto con dicha institución. En el caso del señor Andrés Quintana, la entrevista fue realizada en las instalaciones de Cadena Radial Costarricense en San José.

Con el fin de cumplir con el primer objetivo específico, se lograron identificar las medidas de conservación utilizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) para mantener la radio como medio de comunicación relevante. Esta información fue recapitulada en entrevistas a profundidad con los expertos de este ente que agremia a la gran mayoría de radiodifusores en el país.

Andrés Quinta explicó que para la Cámara Nacional de Radiodifusión es importante unificar los esfuerzos de los asociados y los radiodifusores con el fin de tener una buena práctica en la radiodifusión, el resguardo de los valores, la democracia, el derecho que tienen los oyentes de recibir entretenimiento, educación, información, el derecho que también tienen los oyentes como pueblo de poderse expresar mediante las emisoras de radio, es la única manera que existe actualmente gratuita y de libre acceso (A. Quintana, comunicación personal, 13 de febrero del 2024).

Una de las principales formas de preservar la radiodifusión para la Cámara Nacional de Radiodifusión, es lograr una unión de esfuerzo entre los radiodifusores asociados a la Cámara. La buena práctica en la radiodifusión es muy relevante en el país, pues eso ayuda a suministrar productos radiofónicos de calidad que tengan una aceptación positiva por parte de la audiencia. Debe recordarse que la radio cumple con la tarea de todo medio de comunicación, la cual es: informar, entretener y educar a la audiencia que sintoniza el producto; esto se ve en la variedad de programación que suministra las radioemisoras en Costa Rica.

Tras la explicación de Quintana, es importante destacar que la radio es un medio de comunicación cuya sintonía en la actualidad es totalmente gratuita y de libre acceso; únicamente el usuario debe contar con un artefacto electrónico para recepcionar la señal de la emisora que desea consumir. Tras la emisión de comentarios por parte de la ciudadanía, se está viendo manifestado el Derecho a la Libertad de Expresión, un pilar importante para preservar la radiodifusión del país, según los expertos entrevistados.

En la entrevista realizada en las instalaciones de Cadena Radial Costarricense, Quintana expuso: “Yo lo que te diría es que la radio por sí sola se mantiene vigente, estamos hablando de 100 años de radiodifusión, en 100 años donde la evolución de la radio no ha sido tan fuerte o tan creciente, como otros medios como la televisión y entiéndase que la radiodifusión es radio y televisión” (A. Quintana, comunicación personal, 13 de febrero del 2024).

Hace 100 años la radio arrancó con onda corta, después en Amplitud Modulada (AM) y después la Frecuencia Modulada (FM) no ha existido una evolución digital; hay radio satelital, *streaming* por Internet, pero según los expertos entrevistados estas formas de consumo pierden el modelo radiofónico. La radiodifusión debe ser sonora, gratuita y de libre acceso a la ciudadanía, pues en las otras formas de transmisión el usuario debe costear una suscripción o el servicio de Internet.

El primero de agosto del año de 1881 nació Amando Céspedes Marín, quien fue el pionero de la radiodifusión de América Latina. En el año 1920, construyó la primera estación de radio de comunicación internacional llamada “La voz de Costa Rica”, la cual años después se iba a convertir en la primera radioemisora de onda corta en América Latina. En el año 1927, Céspedes logró realizar la primera transmisión de onda larga del país (Cronología de la Radiodifusión de Costa Rica, s. f.).

Tras esos argumentos, Andrés explica que: “Entonces desde ese punto de vista la radio no se ha transformado, no ha tenido grandes cambios ni cuando amaneció la televisión que todo el mundo creyó que la radio iba a morir. La radio continuó, continuó evolucionando” (A. Quintana, comunicación personal, 13 de febrero del 2024).

Para los expertos entrevistados de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) es importante destacar que la radio debe prevalecer ya que es un medio gratuito y de libre acceso para toda la ciudadanía de Costa Rica. A pesar de que ha pasado mucho tiempo desde la primera transmisión radiofónica en Costa Rica, la radio sigue siendo un medio de comunicación relevante aun con la llegada de la televisión.

Es importante destacar que la radio da un paso importante de la Amplitud Modulada a la Frecuencia Modulada, pero aun así ha existido una evolución en las transmisiones, en la actualidad son más eficientes. Los receptores de radio también han evolucionado, hay varios estilos e incluso la señal ahora se puede acceder en la computadora, por Internet o el teléfono celular. Andrés Quintana explicó: “En muchos países, ya el teléfono celular viene con un chip de FM abierto. Eso que significa que no tienes que pagar el servicio de datos, y que con solo la antena lo puedes recibir desde el aire. Igual que con cualquier otro radio. Entonces, lo que sí ha evolucionado es la forma de hacer radio” (A Quintana, comunicación personal, 13 de febrero del 2024).

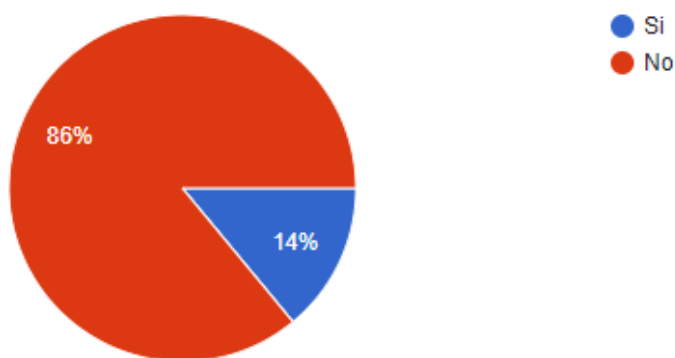
Tras la pandemia por la Covid-19 las personas al irse a sus hogares, en algunos casos las quienes vivían solas y necesitaban compañía; ese valor sentimental se las dieron las principales radioemisoras. Hay que recordar que el consumo de radio en la pandemia creció de manera exponencial; CANARA realiza una coordinación, pero el esfuerzo para que la radio prevalezca como medio de comunicación relevante lo hace cada radiodifusor con la emisora que representante (A. Quintana, comunicación personal, 13 de febrero del 2024).

Asimismo, se aplicó un cuestionario con el fin de realizar una encuesta para conocer la opinión de la audiencia radiofónica en nuestro país; la muestra involucró a cien personas, fue realizada por la aplicación de Google y se consultó acerca de los temas que están en investigación en este trabajo. La pregunta fue ¿Conoce algunas medidas de preservación que realizó CANARA en el 2023 con el fin de mantener la radio como medio de comunicación relevante en nuestro país?

Esta consulta dio los siguientes resultados:

Ilustración 1

Respuesta de los encuestados.



Fuente: Encuesta aplicada a personas que escuchan la radio.

Esta consulta fue contestada por cien personas, los resultados fueron los siguientes: cómo se logra apreciar en el gráfico anterior un 86% no conoce ninguna medida de preservación

realizada por la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA), en total ochenta y seis personas dieron esta respuesta; mientras que un 14% ha manifestado que sí conoce algunas medidas implementadas en el año 2023 para mantener la radio como medio de comunicación relevante en nuestro país, un total de catorce personas dieron esta respuesta.

Tomando en cuenta la información recopilada en esta investigación, CANARA concentra sus esfuerzos en suministrar la información a los radiodifusores a nivel nacional, estas medidas implementadas en el año 2023 han sido escuchadas en las principales radioemisoras del país; sin embargo, la ciudadanía desconoce que esos productos radiofónicos fueron creados con el fin de generar una preservación radiofónica.

Algunas de estas medidas de preservación realizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión en el año 2023 con el fin de mantener la radio como medio de comunicación relevante fueron emitidas en la Cadena Nacional de Radio llamada Panorama, un espacio que es transmitido desde hace año en Costa Rica. Según los criterios emitidos por los expertos entrevistados, la forma por excelencia de mantener la radio como medio de comunicación relevante es realizar contenidos radiofónicos de gran calidad.

La Cámara Nacional de Radiodifusión reafirmó su compromiso para velar por la calidad radiofónica del país en el comunicado de prensa emitido en el Día Mundial de la Radio, el pasado 12 de febrero del 2024, el documento indica:

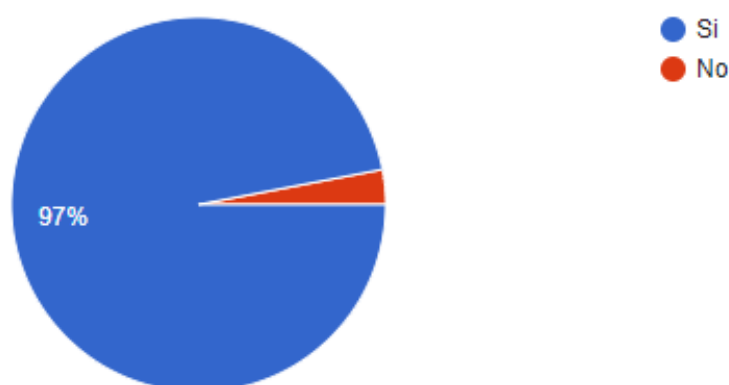
Todas las acciones de los radiodifusores y de CANARA se hacen por convicción de que la divulgación de la información es imprescindible para que los proyectos, estrategias y actividades den el fruto deseado; y de manera sobresaliente en los momentos en que eventos provocados por la naturaleza golpean al país y a las personas (CANARA, 2024).

El oyente de las principales radioemisoras del país desconoce que la Cámara Nacional de Radiodifusión realiza medidas de conservación en beneficio a la radio, sin embargo, sí cree importante que prevalezca este medio de comunicación en Costa Rica y gracias a esta investigación se ha determinado el interés por parte de la ciudadanía de poder acceder a más información sobre esta institución y se ve rectificado en la aplicación de la encuesta realizada.

En el cuestionario se realizó esta pregunta ¿Cree que hace falta más información sobre esta institución, con el fin de que el oyente conozca más sobre la entidad reguladora de la radiodifusión en Costa Rica? A continuación, la respuesta obtenida gracias al instrumento:

Ilustración 2

Respuesta de los encuestados.



Fuente: Encuesta aplicada a personas que escuchan la radio.

Esta consulta fue contestada por cien personas, los resultados fueron los siguientes: cómo se logra apreciar en el gráfico anterior un 97% considera que hace falta más información sobre la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA), en total noventa y siete personas dieron esta respuesta; mientras que un 3% ha manifestado que no hace falta información de esta institución que vela por la radiodifusión costarricenses, un total de tres personas dieron esta respuesta.

Al respecto, se pone en evidencia el deseo del oyente de conocer información sobre CANARA en la actualidad, esto indica la cercanía que puede tener el oyente con una institución radiofónica como esta Cámara.

En este sentido, Gustavo Delgado, indico:

“CANARA en sí es un ente gremial, es un ente sectorial, más bien, es sectorial. Y a eso es a los que se debe en primera instancia. Estas circunstancias, de que somos medios de comunicación, nos obliga, nos lleva a ir más allá y a tener una relación directa con la gente. Pero ahí lo estamos buscando reforzar” (G. Delgado, comunicación personal, 5 de marzo del 2024).

El experto antes citado, explicó los esfuerzos que está realizando la Cámara Nacional de Radiodifusión, con el fin de suministrar la información a la audiencia; la institución ha valorado implementar algunos canales de comunicación diferentes a los que se emiten en la Cadena Nacional de Radio llamada Panorama, como, por ejemplo: reforzar los canales digitales, la realización de boletines informativos sobre los contenidos expresados en Panorama.

“El mensaje radiofónico es efímero. Si usted no lo escuchó en el momento, se te va, si no pusiste atención, se te va; entonces, sí es importante ver de qué manera podemos extender esa relación con la gente. Y la manera más apropiada ahorita es a través de la comunicación digital” (G. Delgado, comunicación personal, 5 de marzo del 2024).

Tomando en cuenta la información antes citada, es importante realizar un análisis sobre las formas que en que la Cámara Nacional de Radiodifusión desea tener ese acercamiento con la audiencia; lo que señala Delgado es de gran importancia, pues se puede complementar el mensaje radiofónico por medio de la comunicación digital. Esto va a permitir que el mensaje tenga más alcance, porque no solo se emite por una plataforma radiofónica, sino el tener de complemento una plataforma digital permite que el oyente las consuma el día y la hora en que se considere importante.

Según la información suministrada por Gustavo Delgado, una manera de mantener la radio como medio de comunicación relevante en el año 2023 fue a partir de la producción del programa radiofónico “Panorama”; este espacio es transmitido todos los días al ser las 7:00 a.m. en las emisoras asociadas a la Cámara Nacional de Radiodifusión, esta institución trata de ofrecer un espacio de gran calidad y que tenga los niveles de credibilidad. Para Delgado “Panorama es como un punto de referencia de lo que es la radio en Costa Rica”. Si CANARA ofrece un producto de mala calidad o un programa que no se sabe fundamentar fuentes digitales, de información fidedigna y demás, el ciudadano puede dudar de la calidad radiofónica de dicho producto (G. Delgado, comunicación personal, 5 de marzo del 2024).

El lema de Panorama es “El programa radial de Costa Rica”, más de 80 emisoras se unen para transmitir la información oficial de la Cámara Nacional de Radiodifusión. Este espacio le contribuye a la cultura, la democracia y a libertad de expresión, este es un espacio para el intercambio de ideas para toda la ciudadanía costarricense; Panorama se ha mantenido al aire más de un cuarto de siglo, cubriendo todo el territorio nacional y las zonas fronterizas de Panamá y Nicaragua (CANARA, 2024). Es importante destacar el contenido de este espacio radiofónico, CANARA cuenta con diferentes agendas de temas relacionados con la radiodifusión; un objetivo primordial es informar sobre lo que acontece con la radio a nivel nacional e internacional.

Tabla 10

Cápsulas emitidas en Panorama

Título	Autor
UNA ofrece cerca de cien Opciones de grado y pregrado.	Gustavo Delgado
Hablemos de pensiones: Evasión de cuotas.	Gustavo Delgado
Necesidad de mayores fondos para la sostenibilidad del régimen básico de pensiones.	Gustavo Delgado
La radio más viva	Gustavo Delgado
¿Está de acuerdo con que el país se impulse la modalidad del copago?	Gustavo Delgado
Espacios seguros para mujeres	Gustavo Delgado
Más de 14 000 cupos de matrícula ha ofrecido el INA en ferias Brete	Gustavo Delgado
Páginas en Voz Alta: Tierra encantada	Gustavo Delgado
¿Considera Conveniente Que Los Magistrados Titulares Sean Electos Por La Asamblea Legislativa?	Gustavo Delgado
En Clave de Sol: “Mi Vida depende de esto”	Gustavo Delgado
INA habilita mil cupos de matrícula en feria Brete GAM	Gustavo Delgado
Billetes de sustrato de polímero	Gustavo Delgado
¿Por qué se extinguieron los dinosaurios?	Gustavo Delgado

Inserción de las personas adultas mayores en la sociedad	Gustavo Delgado
Día Mundial del Ahorro	Gustavo Delgado

Fuente: Elaboración propia. (CANARA, 2023)

En el cuadro anterior se citan quince ejemplos de las cápsulas emitidas en la Cadena Nacional de Radio Panorama, espacio radiofónico producido por la Cámara Nacional de Radiodifusión, esta muestra es una representación pequeña de los temas abordados en el año 2023, pero permite observar los diferentes temas publicados. Estas cápsulas también se pueden repasar en la página web de CANARA.

La Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) agremia al 80% de la radiodifusión costarricense, eso le permite tener un modelo de sostenibilidad; esta institución no recibe dinero por parte de los agremiados, sino que cada radiodifusor dona 20 minutos en su programación de lunes a sábado para transmitir el espacio radiofónico llamado Panorama.

“A este modelo hay que sumarle las alianzas comerciales con el sector público y privado, esto permite costear todo lo que una campaña conlleva, por ejemplo: cubrir los gastos de los locutores, guionistas, periodistas, entre otros profesionales necesarios para dicho trabajo. Esto facilita a CANARA contar con una estructura con costos operacionales con presupuestos contables. Anualmente cuentan con cada rubro de operación y sostenibilidad fijado” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

Según explicó Gustavo Piedra:

“CANARA opera como una empresa, la institución no es gubernamental ni pública, es una asociación privada- pública pero la actividad es privada por lo tanto CANARA tiene una personería jurídica, pagamos nuestros tributos tanto al Ministerio de Hacienda, como a la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS), las patentes municipales o sea funciona como una empresa privada entonces que si ha tenido incremento o no está presupuestado, independientemente las campañas, si son 20 campañas al mes que tenemos que echar adelante, ya está cubierto en el presupuesto operacional” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

La estrategia de trabajo en la Cámara Nacional de Radiodifusión es la realización de un guion que respalde los productos radiofónicos de dicha entidad, la Junta Directiva se reúne dos veces al mes, donde se toman decisiones para realizar la hoja de ruta para el programa radiofónico Panorama, este espacio tarda aproximadamente 20 minutos en programación, pero la institución trabaja más horas en la producción que este demanda.

Un entrevistado comunicó que:

“La radiodifusión en Costa Rica es ejemplo a nivel mundial de cómo debe estar distribuido el espectro radioeléctrico, o sea, cómo debe asegurarse un gobierno que a través de las concesiones que están otorgadas a los concesionarios se cumple a cabalidad con mantener a la población debidamente informada, debidamente entretenida en los diferentes formatos de la radio” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

La Cámara Nacional de Radiodifusión siempre busca la forma en que las personas trabajadoras de las radioemisoras asociadas a CANARA puedan recibir capacitaciones. Esto es importante porque le permite tener los insumos necesarios a los productores con el fin de realizar producciones radiofónicas de gran calidad (G. Delgado, comunicación personal, 5 de marzo del 2024).

Gustavo Piedra, aclaró:

“La radio es un medio de comunicación que está más vigente que nunca, la inmediatez con la que la población puede acceder a la radio sin previo pago, esa es una característica importantísima en un Estado de derecho y en una democracia como es la de nuestro país. Al decirte que tiene una penetración muy grande la radio, es que los costarricenses encuentran en las diversas frecuencias, por lo tanto, en las diversas radioemisoras, los temas que ellos quieren enterarse” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

En nuestro país se encuentran emisoras con diferentes formatos, por ejemplo: noticiosos, religiosos, deportivos, musicales, entre otros. Según CANARA, esto cumple ampliamente con la libertad de expresión en la radiodifusión, esto es permitido con tan solo una llamada telefónica, por la respectiva página web de cada emisora, por la plataforma de mensajería WhatsApp pueden

dar su opinión en los diferentes temas que diariamente se dan en la radiodifusión costarricense (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

Según la información suministra por Piedra, la Cámara Nacional de Radiodifusión es la asociación que representa a la mayoría de radiodifusores en nuestro país, como institución vela por mantener constante comunicación con toda la audiencia que sintoniza el programa Panorama. Mediante una entrevista, un experto expuso que: “Un millón trescientas ochenta mil personas escuchan dicho programa radiofónico” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024); CANARA constantemente está generando campañas sobre temas con una gran relevancia a nivel nacional.

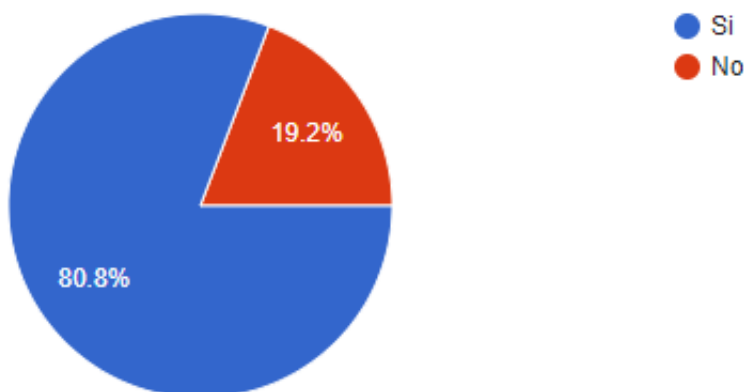
Un esfuerzo que realizó CANARA en el año 2023, pretendió darle a entender a la audiencia que la radio es un medio de comunicación eficaz, inmediato y gratuito. Piedra explica: “los radiodifusores decimos a la población, usen la radio. Usen la radio como un instrumento que sirve para ejercer esa libertad de expresión en los diferentes temas que diariamente se tocan en la radio nacional”. (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

Tras la encuesta realizada a la audiencia con el fin de responder a los objetivos de esta investigación, se realizó la siguiente pregunta: ¿Escucha usted radio?

Esta consulta dio los siguientes resultados:

Ilustración 3

Respuesta de los encuestados.



Fuente: Encuesta aplicada a personas que escuchan la radio.

Esta consulta fue contestada por noventa y nueve personas, los resultados fueron los siguientes:

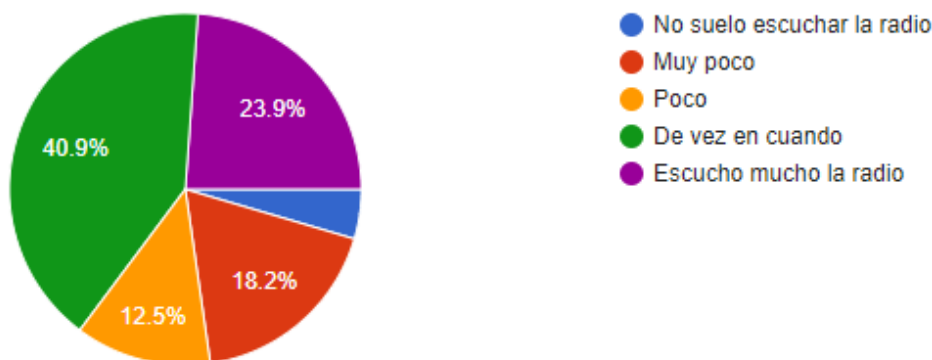
Como se logra apreciar en el gráfico anterior, un 80,8% escucha alguna radioemisora en nuestro país, en total ochenta personas dieron esta respuesta; mientras que un 19,2% ha manifestado que no sintonizan ninguna emisora de radio, por ende, no consumen ningún producto radiofónico, un total de diecinueve personas dieron esta respuesta.

Con base en lo expuesto en el gráfico anterior, a un alto porcentaje de la ciudadanía aun le gusta consumir productos radiofónicos por medio de la radiodifusión costarricense. Esto permite ver un contexto de aceptación a este medio de comunicación, a pesar de las diferentes formas de informarse y entretenerse que existen en la actualidad en Costa Rica.

Otra consulta realizada en la encuesta fue ¿Con qué frecuencia escucha usted la radio? Esta consulta dio el siguiente resultado:

Ilustración 4

Respuesta de los encuestados.



Fuente:

Encuesta aplicada a personas que escuchan la radio.

Esta consulta fue contestada por ochenta y ocho personas, los resultados fueron los siguientes:

Como se logra apreciar en el gráfico anterior, un 40,9% escucha radio de vez en cuando, esta respuesta fue dada por treinta y seis personas; un 23,9% escucha mucho la radio, un total de veintiuna personas dieron esta respuesta; un 18,2% escucha muy poco la radio, esto representa a dieciséis personas; un 12,5% escucha poco los productos radiofónicos, este porcentaje representa a once personas y para finalizar, un 4,5% indicó que no suele escuchar la radio; esto representa un total de cuatro personas.

Los parámetros solicitados en el cuestionario aplicado a la audiencia se dan en una pequeña muestra que pone en evidencia la constancia sobre el consumo radiofónico. Estos datos muestran una importante aceptación al producto radiofónico en Costa Rica, por ende, deja buenas expectativas sobre la audiencia que escucha las radioemisoras asociadas a la Cámara Nacional de Radiodifusión.

Las principales amenazas de la radiodifusión costarricense en la actualidad es la sostenibilidad, un medio de comunicación como la radio necesita recursos económicos para poder transmitir. Al respecto, Gustavo Piedra hace referencia a este tema:

“Yo le puedo hablar claramente que, desgraciadamente, muchos programas que cumplían una función importantísima en el ejercicio de la libertad de expresión han cerrado. Porque no han podido... sostenerse. No una amenaza. Aniquilamiento. Hay emisoras de radio que han cerrado, que han devuelto la frecuencia al Estado” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

El cierre de emisoras de radio puede traer un fenómeno negativo del país, no se estaría logrando la preservación radiofónica en Costa Rica, un escenario de estos es explicado por Piedra:

“Y eso sí que es una amenaza para la democracia. Eso sí es peligroso. ¿Por qué? Porque nada más quedan unos pocos. Y la libertad de expresión no debe ser de unos pocos. Tiene que haber multiplicidad de voces, multiplicidad de emisoras” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

La Cámara Nacional de Radiodifusión cuenta con espacio físico para resaltar la historia y los aportes que le han dado los principales radiodifusores a la radio en Costa Rica. En el salón de ex presidentes de CANARA se presentan los retratos de todos los ex presidentes que ha tenido esta institución en toda su historia; esta galería se ubica en las instalaciones de la Cámara ubicadas en San José. (Ver anexo 3)

"Por supuesto que tenemos una sala de expresidentes con capacidad de casi 60 personas para organizar seminarios, congresos, asambleas y puntos de reunión del sector” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

Este esfuerzo por parte de CANARA lo que intenta suministrar es un homenaje a esas personas que han ejercido la presidencia de esta institución y en sus diferentes períodos realizaron estrategias para preservar la radiodifusión costarricense y mantener la radio como medio de comunicación relevante.

En las instalaciones de la Cámara Nacional de Radiodifusión se encuentra la sala de pioneros de la radiodifusión costarricense, un espacio que relata los 100 años de existencia de la

radio en el país. Este espacio físico es un viaje a la historia radiofónica de Costa Rica, este espacio físico fue inaugurado en el año 2023 para presentar los principales hitos históricos de la radiodifusión costarricense. (Ver anexo 4)

“Hay una cronología de aquellos grandes patriotas costarricenses, radiodifusores, que vieron en la radio no un negocio económico, sino una forma de servir a las comunidades y al país. Entonces sí tenemos un espacio realmente digno. En donde se recuerda la memoria, las obras y la trayectoria de estos grandes patriotas radiodifusores” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

Los aportes de estas personas han ayudado al desarrollo de este país, traído beneficios a la preservación de la radio en Costa Rica. Es importante mencionar que los puestos de la Cámara Nacional de Radiodifusión es una donación de su tiempo, de su conocimiento porque son “*Ad honorem*”; a nivel histórico CANARA no ha pagado a miembros de la Junta Directiva ni a los que conforman las comisiones de trabajo (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

“La cámara es el santuario de la radiodifusión en Costa Rica. Y es un edificio propio, esta sede fue adquirida con los fondos que ha generado el programa Panorama. Se tuvo que acudir a una entidad bancaria y hacer una operación bancaria como la hacemos cualquier empresario y por supuesto dignamente pagar hasta el último centavo. Para obtener y asegurarle a las futuras generaciones de radiodifusores una sede digna de la radiodifusión” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024). (Ver anexo 5)

Gustavo Piedra adelantó en las entrevistas realizadas para esta investigación, que la Cámara Nacional de Radiodifusión tiene un proyecto para realizar un museo de la radio en Costa Rica; este museo lo realizarían en las instalaciones de la Cámara, esto va a generar una inversión en infraestructura, pero para esta institución lo más importante es la memoria histórica. CANARA desea contar con una exhibición de equipos antiguos que fueron utilizados hace unos años para generar productos radiofónicos, esto ha sido un ofrecimiento desprendido y gratuito por parte de los radiodifusores.

Según Gustavo Piedra “Se van a programar visitas guiadas de estudiantes, no sólo estudiantes de periodismo ni de comunicación. Sino estudiantes de primaria y secundaria. Que se

den cuenta cuál ha sido el importante papel que ha tenido, tiene y tendrá siempre la radio”. (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

Estos esfuerzos realizados por la Cámara Nacional de Radiodifusión es parte del rescate de esa memoria histórica que dan los radiodifusores del país, para que se extienda a las nuevas generaciones la importancia que tiene la radio en Costa Rica.

Gustavo Piedra, se refiere a ese tema:

“La radio nunca muere, la radio no va a morir. Por más que haya intereses económicos de poder codificar todo y cobrar por todo. La radio hay que defenderla y eso es lo que casualmente esta cámara hace defender ese gran derecho que tiene la población” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

Datos importantes sobre el consumo radiofónico en Costa Rica

Según un estudio realizado por Kantar Ibope Media en el año 2023, un 66% de costarricenses escucha la radio, cada oyente dedica un total de 4 horas con 33 minutos al día para consumir los diferentes productos radiofónicos (Kantar Ibope Media (2024)).

Estos datos confirman que Costa Rica es un país que aún cree en la radiodifusión nacional, y aunque en la actualidad hay muchas formas para informarse, a los ciudadanos les sigue llamando la atención el producto radiofónico que las diferentes emisoras suministran en su parrilla de programación. Hay que destacar que en nuestro país hay mucha pluralidad en los contenidos ofrecidos en la radio, hay algunas que ofrecen: entretenimiento, farándula, deportes, religiosos, informativos, opinión, musicales, culturales, entre otros.

El estudio realizado por Kantar Ibope Media ha determinado las principales cifras de consumo de radio en horas de la mañana, tarde y noche; a nivel latinoamericano un 48% escucha la radio en la franja horaria entre las 6am-12 p.m., un 24% escucha en la franja de 12 p.m. a 3p.m; un 31% escucha en la franja de 3 p.m. a 8 p.m. y un 15% escucha en la franja de 8:00 p.m. a las 12:00 a.m. (Kantar Ibope Media (2024)).

En el país según los datos de Kantar Ibope Media un 55% escucha radio en la franja de 6:00 a.m. a 12:00 p.m., un 41% escucha radio en la franja entre 12 p.m. a 6:00 p.m., un 27% escucha la radio entre 6:00 p.m. a 12:00 a.m. y por último un 3% sintoniza los productos radiofónicos en la franja horaria entre las 12:00 a.m. a 6:00 p.m. (Kantar Ibope Media (2024)).

Tomando como referencia los datos antes citados, a los costarricenses les gusta escuchar la radio durante el día, hay dos franjas en programación que son importantes para la radiodifusión costarricense y las hace atractivas a los productores para realizar sus transmisiones; esta franja horaria corresponde entre las 6:00 a.m. a 6:00 p.m. En estos horarios se concentra el pico más alto en audiencia en nuestro país según los datos de (Kantar Ipo Media, 2024).

Tabla 11

Consumo radiofónico según las edades

Porcentaje	Edad
43%	12 a 17 años
57%	18 a 24 años
69%	25 a 34 años
72%	35 a 44 años
74%	45 a 60 años
68%	61 a 75 años

Fuente: Audio un inmenso universo de posibilidades Kantar Ipo Media, 2024, p.7.

Tomando como referencia los datos suministrados por Kantar Ipo Media, se puede evidenciar que el consumo radiofónico en Costa Rica se presenta en diferentes públicos divididos en su edad; sin embargo, el consumo radiofónico da inicio desde una edad temprana como lo es de 12 años y una edad máxima según el estudio es de 75 años. Estos datos ponen en evidencia que la radio de nuestro país se mantiene fuerte en temas de audiencia a pesar de las diferentes plataformas de entretenimiento e información que se encuentran en Costa Rica; el porcentaje de edad más bajo se presenta entre los 12 a 17 años con un 43%, mientras que el máximo porcentaje se da en edad entre los 45 a 60 año con un 74%, esto nos indica que la población que más escucha radio son los adultos mayores (Kantar Ipo Media, 2024).

Tabla 12**El consumo de radio en los diferentes contextos en Costa Rica**

En casa mientras realizan las actividades del día a día	En el vehículo	En el trabajo presencial	En el transporte público	Otros contextos
54%	33%	18%	16%	1%

Fuente: Audio un inmenso universo de posibilidades Kantar Iprobe Media, 2024, p.9.

Según los datos antes citados, hay diferentes escenarios donde el ciudadano costarricense accede a la programación radiofónica. Estos escenarios son: en la casa, mientras realizan las actividades cotidianas; en el vehículo cuando están transitando por las diferentes carreteras de nuestro país; en el trabajo de manera presencial, cuando se transportan por medio del transporte público y, por último, se analizan los otros contextos en que se da el consumo de contenido radiofónico. Se logra apreciar una aceptación importante por parte del oyente que se mantiene en su hogar realizando las tareas del día a día, este porcentaje corresponde a un 54%; mientras que el porcentaje mínimo se presentan en los otros contextos analizados, este último citado con un 1% (Kantar Iprobe Media, 2024).

Tabla 13**Motivos de la audiencia para escuchar radio en Costa Rica**

Informarse	Entretenerse	Compañía
25%	44%	10%

Fuente: Audio un inmenso universo de posibilidades Kantar Iprobe Media, 2024, p.19.

Según los datos antes citados, existen tres principales motivos por los cuales la audiencia accede a la programación que ofrecen las radioemisoras en el país. Estos son: un 25% sintoniza la programación con el fin informarse; esto quiere decir que prefieren programas que ofrezcan noticias sobre el acontecer nacional e internacional, mientras que un 44% se ve motivado a acceder a los productos radiofónicos por un tema de entretenimiento; estos oyentes prefieren la programación musical o programas dedicados al entretenimiento, como farándula o comedia y por último un 10% decide sintonizar su radio favorita con el fin de obtener compañía; se debe

recordar que para muchos oyentes al escuchar al emisor les brinda una sensación de compañía (Kantar Iprobe Media, 2024).

Tabla 14

Los géneros musicales escuchados en la radio costarricense

Género	Porcentaje escuchado
Música de los años 80	27%
Baladas	24%
Música de los años 90	22%
Música Pop en español	18%

Fuente: Audio un inmenso universo de posibilidades Kantar Iprobe Media, 2024, p.20.

Para la Cámara Nacional de Radiodifusión una de las principales formas de preservar la radiodifusión es colocar productos radiofónicos de gran calidad en la parrilla de programación, realizar las capacitaciones respectivas para que todos los productores estén preparados para ejercer una radiodifusión responsable. Sin embargo, al hablar de radio una gran parte de la audiencia piensa en el consumo de música en estas plataformas.

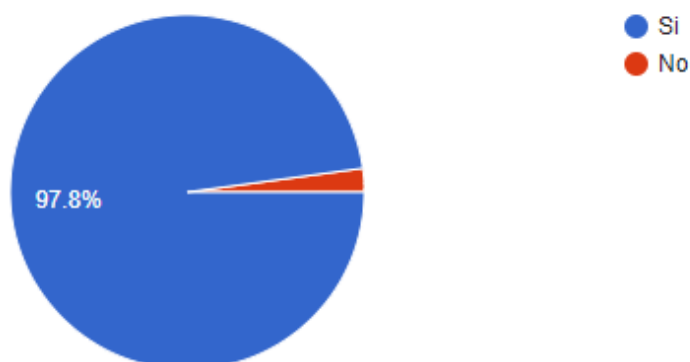
Para la Cámara Nacional de Radiodifusión, CANARA, es importante aprovechar las plataformas digitales a favor de la radio, pues trae cercanía entre las radioemisoras y oyentes; por ejemplo, las redes sociales como Facebook, WhatsApp e Instagram incluyen opciones para interactuar con la audiencia. Otro aspecto que le suministran las redes sociales a la radio es la inmediatez con la que se puede informar sobre un tema determinado.

Tras la encuesta realizada a la audiencia, se realizó la siguiente pregunta: ¿Considera que la radio debe complementarse con los avances tecnológicos que hemos tenido en los últimos años (radio por internet, colocar la programación en otras plataformas de audio, entre otros).

Esta pregunta dio los siguientes resultados:

Ilustración 5

Respuesta de los encuestados



Fuente:

Encuesta aplicada a personas que escuchan la radio.

Esta consulta fue contestada por noventa y tres personas, los resultados fueron los siguientes: cómo se logra apreciar en el gráfico anterior un 97,8% considera que la radio debe complementarse con algún medio digital, esta respuesta fue dada por noventa y un personas; mientras que un 2% considera que no se debe complementar con ningún medio digital, esto representa a dos personas.

“La radiodifusión es por las ondas hercianas. Todo lo demás es decorativo. Sí, es un suplemento. Porque la bendición que tiene la radio es que es libre y de gratuito acceso, que no hay que pagar ninguna suscripción a nada. Y hay mucha gente que ni siquiera tiene acceso a internet. Ahí es donde está la mayor virtud de la radio. No es que nosotros estemos pensando en que las plataformas nos van a matar” (A. Quintana, comunicación personal, 13 de febrero 2024)

Según el estudio Audio un inmenso universo de posibilidades realizado por Kantar Iprobe Media el consumo de productos radiofónicos por medio de Internet también destaca en nuestro país, un 17% de usuarios escucharon la radio por la web en los últimos treinta días. (Kantar Iprobe Media, 2024). Esto significa que en nuestro país también se ve el fenómeno de globalización en la forma de consumo radiofónico, sin embargo, como bien lo señalaba Quintana

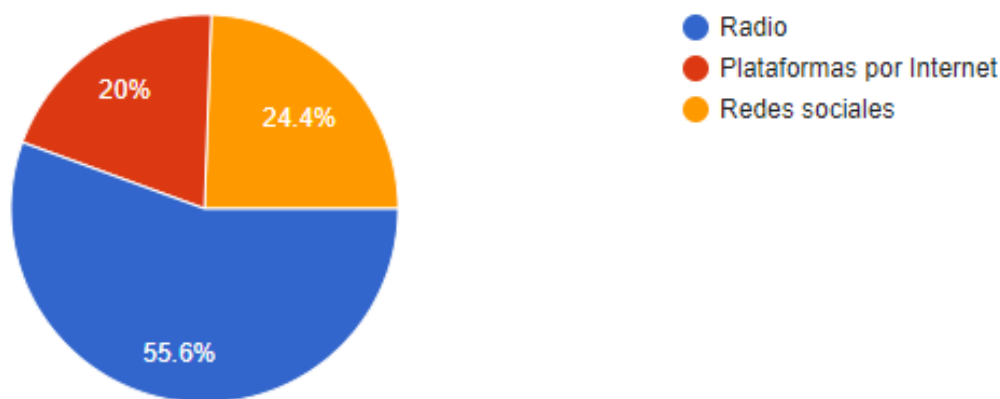
es importante para los radiodifusores que prevalezca la radio como tal, porque le permite a la ciudadanía poder disfrutar de un contenido libre y gratuito, pero las redes sociales permiten cercanía con el oyente y funciona como un complemento a la radio.

Para Gustavo Delgado “Sí, los canales digitales en general son un complemento de la radio, un complemento de los medios de comunicación, en general. Nosotros ahorita tenemos prácticamente todo el programa de manera modular, es decir, las cápsulas, por un lado, el comentario por otro, pero todo se sube a las redes sociales. Tenemos una pregunta de la semana que precisamente se alimenta a través de los canales digitales para recibir, ya sea simplemente un voto de la gente para alternativas que son sí o no, o que la gente se sienta libre de comentar. Estamos próximos a habilitar un WhatsApp también para que la gente sobre todo nos mande audios comentando ciertas situaciones que les planteemos en el programa. Y el proyecto va más allá, o sea, en algún momento la idea será que estemos en Instagram, estemos en TikTok, porque entre mayor presencia tengamos, mayor comunicación tendremos con la gente, y ese es, digamos, el objetivo principal” (Gustavo Delgado, comunicación personal, 7 de marzo del 2024)

Una consulta realizada en la encuesta realizada para la audiencia, fue la siguiente: ¿Por cuales plataformas le gusta escuchar la programación radiofónica? Esta pregunta fue respondida por noventa personas y suministro los siguientes resultados:

Ilustración 6

Respuesta de los encuestados.



Fuente:

Encuesta aplicada a personas que escuchan la radio.

Los resultados fueron los siguientes:

Como se logra apreciar en el gráfico anterior, un 55,6% escucha la programación por medio del dial radiofónico, esta respuesta fue dada por cincuenta personas; un 24,4% escucha la radio por medio de las redes sociales, un total de veintidós personas dieron esta respuesta y un 20% escucha la radio por medio de plataformas por Internet (páginas web, aplicaciones, entre otras), esto representa a dieciocho personas.

Tras las conversaciones realizadas con los expertos de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA), se logra observar una gran aceptación en las redes sociales; sin embargo, es de gran importancia preservar el modelo radiofónico que existe en nuestro país; que sea una plataforma gratuita y de libre acceso para que toda la ciudadanía y esta pueda informarse del acontecer nacional e internacional además de entretenerse. Costa Rica cuenta con libertad de expresión y el derecho a la información, la radiodifusión costarricense permite ejercer estos

derechos, al fusionarse con las redes sociales y otras plataformas por Internet, los mensajes pueden tener más aceptación por parte de la opinión pública.

La Cámara Nacional de Radiodifusión, con el fin de lograr el complemento entre la radio y el Internet y así continuar preservando el producto radiofónico, realizó trabajos en el año 2023 en relación con estas plataformas digitales. Gustavo Delgado dijo:

“IncurSIONAMOS en Spotify, en YouTube, y bueno, reforzamos el Facebook, sobre todo con productos específicos. Tenemos podcast, tenemos un podcast de literatura en alianza con la Editorial Costa Rica y tenemos un podcast de artistas nacionales, que ya producimos nosotros. Y entonces ya incurSIONAMOS, estamos midiendo cuáles han sido los resultados, pero sí, ya estamos ahí” (Gustavo Delgado, comunicación personal, 7 de marzo del 2024)

Campañas realizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) para mantener la radio como medio de comunicación relevante

Con el fin de cumplir con el segundo objetivo específico, se enumeran las campañas realizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) para mantener la radio como medio de comunicación relevante. Esta información fue recapitulada en entrevistas a profundidad con los expertos de este ente que agremia a la gran mayoría de radiodifusores en nuestro país.

Gustavo Delgado, periodista de la institución, comentó que tienen alianzas con instituciones gubernamentales como el Ministerio de Ciencias, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT) y la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL) encargada de supervisar el espectro radioeléctrico; gracias a estas alianzas, CANARA puede reforzar el mensaje de la radio. Delgado, explicó:

“Y lo que hemos venido haciendo sí son alianzas estratégicas a nivel de contenidos, Por ejemplo, con el Instituto Nacional de Aprendizaje para reforzar el tema de educación técnica. En el caso del Instituto Nacional de las Mujeres para hablar acerca de derechos, igualdad y, bueno, freno de la violencia hacia las mujeres. Con el Patronato Nacional de la Infancia hacia las personas menores de edad” (Gustavo Delgado, comunicación personal, 7 de marzo del 2024).

Asimismo, Gustavo Piedra explicó parte de las conversaciones que tiene CANARA con la Comisión Nacional de Emergencias (CNE); en caso de una emergencia natural que deba enfrentar nuestro país o los fenómenos naturales, los cuales se presentan en su gran mayoría todos los años como: inundaciones, rayerías, el fenómeno del niño con las sequías que afectan un sector importante del territorio nacional.

En estas situaciones naturales, la radio está a disposición del país, esto ayuda a poder suministrar información sobre cómo afrontar de la mejor manera estos eventos. CANARA también realiza mensajes para crear conciencia en la audiencia sobre el uso adecuado de la energía eléctrica, el ahorro y uso responsable del recurso hídrico; este tipo de situaciones comprueban que la radio es un medio de comunicación muy eficaz y ayuda a informar de forma gratuita a la ciudadanía sobre este tipo de eventos. En temas de seguridad ciudadana CANARA trabaja en conjunto con el Organismo de Investigación Judicial (OIJ) y el Poder Judicial en cápsulas informativas sobre la delincuencia, para alertar a la ciudadanía a ser prudentes ante las modalidades utilizadas para estafar; también trabajan en conjunto con el Instituto Nacional de la Mujer (INAMU) para informar sobre la violencia de género, machismo, esto con el fin de prevenir esta situación en contra de las mujeres.

Otra institución gubernamental es el Patronato Nacional de la Infancia (PANI), el trabajo que realiza CANARA es:

“Tenemos convenios en donde año con año hablamos de la importancia del papel que juegan los albergues del PANI, que es un tema que en los últimos meses y en el 2023 especialmente se vio tan a la palestra todo el tema que estaba pasando con el PANI, la población necesita saber, por supuesto que la radio ahí está presente con acuerdos tácitos y se oyen esas campañas diariamente” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

A estas instituciones se suman los aportes de la empresa privada, pues se busca realizar campañas de información sobre temas de sostenibilidad, como por ejemplo: Coca Cola, Dos Pinos y Firco. Estas alianzas lo que buscan es generar campañas para ser reproducidas en las radioemisoras asociadas a la Cámara Nacional de Radiodifusión, ya que una forma de mantener la radio como medio de comunicación relevantes es la creación de contenido de gran calidad para toda la audiencia. (Gustavo Delgado, comunicación personal, 7 de marzo del 2024).

Tabla 15**Enumeración de campañas realizadas por CANARA**

Enumeración de campañas realizadas por CANARA
Refortalecimiento de la educación técnica en conjunto con el Instituto Nacional de Aprendizaje
Informar acerca del derecho de igualdad de género y frenar la violencia en contra de la mujer en conjunto con el Instituto Nacional de la Mujer
CANARA trabajo en conjunto con el Patronato Nacional de la Infancia (PANI) para generar consciencia sobre la violencia en contra de las personas menores de edad.
En caso de que el país deba enfrentar una emergencia, CANARA emite información sobre el suceso en compañía de la Comisión Nacional de Emergencias (CNE)
Con el fin de generar cápsulas informativas sobre seguridad ciudadana, CANARA trabaja en conjunto con el Organismo de Investigación Judicial (OIJ) y el poder Judicial.
CANARA habla de la importancia que tienen los albergues del Patronato Nacional de la Infancia (PANI)
CANARA en conjunto con las empresas privadas como: FIRCO, Dos Pinos y Coca Cola buscan realizar productos radiofónicos sobre sostenibilidad.

Fuente: Aplicación del instrumento de entrevista a los expertos de CANARA

Tabla 16**Empresas y instituciones que trabajan con CANARA**

Instituciones y empresas que ayudan a CANARA a realizar las campañas
Ministerio de Ciencias, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT)
Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL)
Instituto Nacional de Aprendizaje (INA)
Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU)
Patronato Nacional de la Infancia (PANI)
Comisión Nacional de Emergencias (CNE)
Organismo de Investigación Judicial (OIJ)
Coca Cola
Dos Pinos
FIRCO

Fuente: Aplicación del instrumento de entrevista a los expertos de CANARA

La Cámara Nacional de Radiodifusión realiza la divulgación de estas campañas de información a través del espacio radiofónico, Panorama; según la información suministrada por los expertos, los temas que se abordan tienen una gran trascendencia para el ciudadano de nuestro país. Los principales objetivos de este tipo de campañas es generar contenido radiofónico de gran calidad, educar al ciudadano sobre temas de importancia a nivel nacional; en algunas ocasiones, es despertar una reflexión sobre algunos sucesos que se presentan en nuestro país, con el fin de no ser víctima de la inseguridad, por ejemplo. La unión entre radiodifusores, Cámara e instituciones y empresas de nuestro país permiten a la audiencia acceder a información veraz por medio de su radioemisora favorita asociada a CANARA.

A través de una entrevista, uno de los entrevistados aclaró que

“CANARA realiza campañas de valores como la responsabilidad, la puntualidad, el respeto, porque creemos que estos valores no pueden perderse. Vemos con preocupación cómo el índice de violencia, de criminalidad en estos días en nuestro país hasta hablarse de narco estado o narco gobierno. Son temas sumamente preocupantes en donde la radio, por esa característica que tiene de penetración, de inmediatez, de inclusividad y, por

supuesto, de cobertura en todo el país”. (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

En la página oficial de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) se logra observar algunas cápsulas realizadas en el año 2023, por ejemplo, los siguientes títulos: Violencia de género en política, Violencia contra los niños, relaciones impropias; Prescripción de deudas de los trabajadores independientes de la CCSS, PANI recuerda a las familias garantizar la seguridad de sus hijos, PANI capacito a 57 ONG sobre el abordaje integral en el comportamiento suicida. (CANARA, 2024).

Los ejemplos antes citados son algunos temas tratados en las cápsulas realizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión. Para efectos de esta investigación, solo se cita una muestra pequeña, pues hay una cantidad considerable de productos radiofónicos. La apertura por parte de CANARA y sus radioemisoras asociadas para suministrar este tipo de información es de gran importancia, esto garantiza el derecho a la información que cuenta cada ciudadano en nuestro país, gracias a un medio de comunicación que es gratuito y de libre acceso. Los mensajes emitidos por la Cámara Nacional de Radiodifusión en su gran mayoría son cápsulas informativas, mensajes en beneficio a la radiodifusión, los valores que deben ser preservados entre otros temas importantes, desarrollados en la agenda periodística del día a día.

Para Gustavo Piedra, presidente de la Cámara Nacional de Radiodifusión, el éxito de estas campañas obedece a: “A la penetración muy grande de la radio, los costarricenses encuentran en las diversas frecuencias, por lo tanto, en las diversas radioemisoras, los temas que ellos quieren enterarse; constantemente estamos generando campañas, campañas que son sumamente importantes desde nuestro punto de vista” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

Un tema importante que ha tratado la Cámara Nacional de Radiodifusión es la situación vial que ha experimentado nuestro país a lo largo de los años; estas campañas tienen aceptación por parte de la audiencia porque la mayoría de los conductores sintonizan su emisora favorita en su vehículo mientras viajan de un lugar a otro. La radio acompaña a los usuarios en los congestionamientos en rutas nacionales, emitiendo mensajes informativos o formas de entretenimiento radiofónico; incluso CANARA realizó una campaña para informar a sus oyentes cuales rutas alternas podían utilizar (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

“La radio está con el costarricense en todas estas necesidades que surgen en nuestro país” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024). Con el Instituto Nacional de Electricidad (ICE) en conjunto con CANARA han trabajado en campañas para hacer conciencia.

En la actualidad no todo el territorio nacional tiene la conectividad necesaria para acceder a información por medio de Internet, por eso CANARA realiza estas campañas; porque la radio cuenta con una gran penetración en las siete provincias que constituyen nuestro país, esto brinda una solución a la brecha digital que existe en la actualidad

“Son temas sumamente preocupantes en donde la radio, por esa característica que tiene de penetración, de inmediatez, de inclusividad y, por supuesto, de cobertura en todo el país, porque hay que ser claro, este país tiene una brecha digital que, desgraciadamente, todavía no se ha podido cerrar”. (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

“Los radiodifusores costarricenses asociados a CANARA, renovamos nuestro compromiso con el mayor bienestar de todos los habitantes del país, con la institucionalidad, la democracia y la libertad de expresión e información, atendiendo y facilitando desde las radioemisoras el ejercicio de los derechos de nuestros públicos a estar informados, a tener entretenimiento y a la posibilidad de expresar sus opiniones libre y gratuitamente” (Cámara Nacional de Radiodifusión [CANARA], 2024).

Para la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) es de gran importancia generar este tipo de campañas para la audiencia ya que se da un abordaje responsable sobre las problemáticas que atraviesa Costa Rica. La radio a nivel histórico ha sido un canal de divulgación importante en nuestro país, en la actualidad muchos ciudadanos y ciudadanas optan por recibir este tipo de mensajes en la producción radiofónica que ofrecen las emisoras. Las difusiones de campañas de contenido social son transmitidas en la reconocida y tradicional Cadena Nacional de Radio Panorama; los radiodifusores asociados a CANARA participan activamente para fortalecer la integración social y cultural de todos los habitantes de nuestro país (CANARA, 2024).

Comentarios emitidos en la Cadena Nacional de Radio Panorama

La Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) pone a disposición del oyente, la oportunidad de poder enviar un comentario de su autoría para ser leído en Panorama; este es un ejercicio que realiza CANARA para poner en práctica el derecho a la libertad de expresión e información. Los oyentes pueden enviar comentarios sobre temas relevantes, para luego ser

locutados en la Cadena Nacional de Radio llamada Panorama, este es un espacio que muestra la esencia radiofónica, pues permite conocer la opinión del oyente y la audiencia aprovecha para recibir el derecho a la información que es tan importante en Costa Rica.

Según el comunicado que suministró la Cámara Nacional de Radiodifusión para conmemorar el Día Mundial de la Radio el pasado 13 de febrero:

“Regularmente hemos ofrecido a nuestros radioescuchas el acceso a la comunicación de forma libre y gratuita. Este servicio ha beneficiado a toda la población, a diversas instituciones y organizaciones de bien social, a estas últimas apoyándolas específicamente con la divulgación de sus campañas institucionales para asistir a diferentes sectores, especialmente a los más vulnerables de nuestra sociedad (Cámara Nacional de Radiodifusión [CANARA], 2024)

Tabla 17

Comentarios emitidos en Panorama en el año 2023

Título	Autor
Ampliando Las Oportunidades Del Comercio Internacional En Puertas Costarricenses	Marianela Montero.
La Responsabilidad De Ser Presidente De Una República	Felipe Guadamuz
Día Internacional de las Personas con Discapacidad	Carlos Díaz
Por la seguridad de nuestras vidas devuélvanle el OIJ el presupuesto que le han quitado	Rafael Ángel Guillen
Nuestra preocupación: los agricultores	Carlos Campos
La abolición del ejército en Costa Rica	Rolando Araya
Dengue: Una batalla más que debemos de ganar	José Chaverri
Todos los días podemos construir un mejor país	José Garita
Paz a las mujeres	Adilia Caravaca
Se debe mejorar el control en el sector público	Bernal Monge
Actitudes responsables y objetivas de los miembros de los Supremos Poderes de la República y de los periodistas	Felipe Guadamuz

¿Qué puedo hacer por mi país?	José Chaverri
Beneficios de los parques recreativos urbanos	María Flores
La Asamblea en tiempos de incertidumbre	Jonathan Prendas
El buen hábito de ahorrar	Mario Rivera

Fuente: Página web de CANARA

En el cuadro anterior se citan quince ejemplos de los comentarios emitidos en la Cadena Nacional de Radio Panorama, espacio radiofónico producido por la Cámara Nacional de Radiodifusión. Esta muestra es una representación pequeña de los temas abordados en el año 2023, pero permite observar los diferentes asuntos informados en dicho espacio. Estos temas son consejos para mantener una economía personal saludable, beneficios que cuentan los ciudadanos, se abordan tópicos políticos relevantes e incluso se da un mensaje de protesta buscando paz a las mujeres u oportunidades para sectores importantes de nuestro país.

Ventajas y desventajas que obtuvo la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) al realizar estas campañas en beneficio de la Radiodifusión Nacional

Con el fin de cumplir con el tercer objetivo específico se van a identificar las ventajas y desventajas que ha tenido la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) al desarrollar las medidas de preservación para mantener la radio como medio de comunicación relevante. Esta información fue recopilada en entrevistas a profundidad con los expertos de este ente que agremia a la gran mayoría de radiodifusores en nuestro país.

En este capítulo se exponen las medidas de preservación utilizadas por CANARA en el año 2023, con el fin de mantener la radio como medio de comunicación relevante; también se enumeran las campañas realizadas por dicha institución para que la radio siga manteniendo ese estatus. Es importante conocer las ventajas y desventajas que obtuvo CANARA al tomar estas medidas en beneficio de la radiodifusión costarricense. Con el fin de abordar este objetivo, se consultó a fuentes de información primaria de la Cámara Nacional de Radiodifusión.

Para Andrés Quintana este tema se responde de la siguiente manera “Bueno, ventajas, diría yo. Desventajas, ninguna. Las ventajas son: que nos hacen más fuertes como gremio. Y nos hace estar más unidos entre nosotros como gremio. Esa es la principal ventaja, un fortalecimiento del Gremio” (Andrés Quintana, comunicación personal, 13 de febrero 2024).

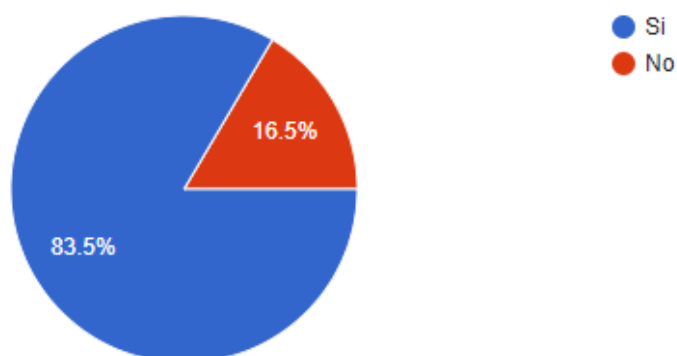
Tomando como referencia la cita anterior, para Quintana una de las ventajas principales de la realización de estas medidas de preservación es la unión de los radiodifusores asociados a la Cámara Nacional de Radiodifusión y esto le da más fuerza al gremio; sin embargo, considera que no trae ninguna desventaja a la radiodifusión costarricense, la implementación de estas medidas y campañas. Debe recordar que gracias a estos aportes la Cámara puede suministrar la libertad de expresión y el derecho a la información de los ciudadanos y ciudadanas de Costa Rica.

Se aplicó un cuestionario de investigación, con el fin de realizar una encuesta para conocer la opinión de la audiencia radiofónica en nuestro país; la muestra involucró a cien personas, fue realizada por la aplicación de Google y se consultó los temas que están en investigación en este trabajo. Para obtener información sobre las ventajas y desventajas que obtuvo CANARA, al realizar las medidas de preservación y las campañas en el año 2023, se realizó la siguiente pregunta a los encuestados: ¿Considera que la implementación de las medidas de preservación realizadas por CANARA traen ventajas a la radiodifusión costarricense?

Esta consulta dio los siguientes resultados:

Ilustración 7

Respuesta de los encuestados



Fuente: Encuesta aplicada a personas que escuchan la radio.

Esta consulta fue contestada por noventa y tres personas del total de encuestadas (100), los resultados fueron los siguientes:

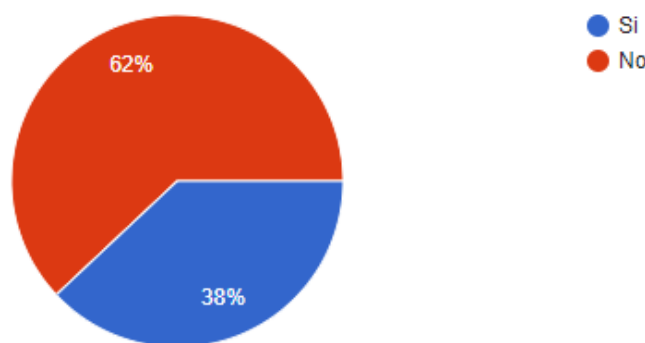
Como se logra apreciar en el gráfico anterior, un 83,5% considera que las implementaciones de las medidas de preservación realizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión en el año 2023, han traído ventajas a la radiodifusión nacional, en total setenta y seis personas dieron esta respuesta; mientras que un 16,5% considera que la implementación de estas medidas no traen ninguna ventaja para la radiodifusión. Un total de quince personas dieron esta respuesta.

Otra consulta que se realizó en la encuesta realizada ¿Conoce usted de que se encarga la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) en nuestro país? Esto con el fin de establecer el conocimiento que puede tener la audiencia sobre la unidad de estudio de esta investigación la cual es CANARA. Esta pregunta obtuvo 100 respuestas.

Esta respuesta dio los siguientes resultados:

Ilustración 8

Respuesta de los encuestados



Fuente: Encuesta aplicada a personas que escuchan la radio.

Esta consulta fue contestada por cien personas en total, los resultados fueron los siguientes:

Como se logra apreciar en el gráfico anterior, un 62% tiene conocimiento sobre el trabajo realizado por la Cámara Nacional de Radiodifusión, con un total de sesenta y dos respuestas. Mientras que un 38% no conoce de qué se encarga CANARA, un total de 38 personas

suministraron esta respuesta. Teniendo en consideración que el cuestionario fue aplicado a la ciudadanía en general, es importante destacar el alto porcentaje de personas que cuentan con el conocimiento sobre la Cámara Nacional de Radiodifusión.

Para Gustavo Delgado, periodista de la Cámara Nacional de Radiodifusión, la implementación de estas medidas de preservación trae ventajas muy importantes para la radiodifusión, como por ejemplo: permiten mantener una relación estrecha con el público, seguir posicionando la radio como el principal medio de comunicación de nuestro país a nivel de credibilidad, y a nivel de ofrecer oportunidades a la gente de que escuche versiones, que sea un medio pluralista (Gustavo Delgado, comunicación personal, 7 de marzo del 2024)

La implementación de estas medidas permite ofrecer la preservación de productos radiofónicos en nuestro país, la defensa a la libertad de expresión de los ciudadanos y las ciudadanas, el derecho a recibir información veraz e inmediata mediante la radiodifusión. Una de las formas de generar una preservación radiofónica es suministrar un contenido de gran calidad para la audiencia, esto por medio de las radioemisoras de nuestro país.

Para Gustavo Piedra las ventajas obtenidas tras la aplicación de las medidas de preservación para la radiodifusión es “ratificarle a la población que la radio y el uso de la radio está vigente en el tanto y el cuanto la gente reconozca en la radio un ejercicio a la libertad de expresión y un derecho” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024). Gracias a esto CANARA puede mostrarle a la población el gran privilegio que tiene de poder acceder gratuitamente y ejercer el ejercicio de la libertad de expresión en cada comunidad, “porque en cada comunidad hay una radio local” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

Todos los expertos de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) expresaron en las entrevistas realizadas que para esta entidad no hay ninguna desventaja al implementar las medidas de preservación en el año 2023. Al contrario, lo analizan como algo positivo para la radiodifusión costarricense. A raíz de esta investigación y con base en los argumentos expresados por los entrevistados, se llega a la conclusión de que que no existe ninguna desventaja en referencia al tema antes citado.

La Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) juega un papel importante para la preservación de la radiodifusión en nuestro país, mediante las diferentes entrevistas realizadas a

los expertos de la Cámara, se ha determinado el papel que juega esta institución para llevar a cabo la preservación radiofónica.

Una pregunta realizada a la ciudadanía participante en la encuesta y a los expertos de la Cámara Nacional de Radiodifusión, a quienes se les realizó la entrevista, fue la siguiente: ¿Considera usted que CANARA ha sido clave para preservar la radiodifusión costarricense? A continuación las respuestas suministradas:

“La mera existencia de una cámara refleja una madurez, una solidaridad y un deseo real de compromiso con la radio difusión del país. Una cámara es algo maravilloso, es sentarse en esta mesa, competidores, buscando un bien común. Eso, solamente eso, ha ayudado muchísimo, pero muchísimo, a que la radio difusión de Costa Rica sea diferente a la de muchos otros lugares. Eso y la idea de constituir un programa de radio que se transmitiera en cadena, demostrando esa fortaleza que tiene la radio y además enviando mensajes positivos a la gente, es un fenómeno, que incluso no se ha podido igualar en ninguna parte de América. A pesar de que ven a Panorama como un ejemplo, no han logrado implementarlo porque no han logrado sentar a la gente como se sientan aquí. Eso vale muchísimo. La democracia costarricense le debe mucho a Canara, realmente. Y en algún momento, o sea, nosotros no andamos haciéndonos campaña, pero en algún momento eso tiene que ser reconocido”. (G. Delgado, comunicación personal, 7 de marzo del 2024)

Para Gustavo Delgado es importante destacar el trabajo que ha realizado CANARA en pro de la democracia costarricense, esto gracias a los productos radiofónicos que se transmiten día a día por la Cadena Nacional de Radio llamada Panorama. Delgado considera que en algún momento el trabajo realizado por CANARA debe ser reconocido a nivel nacional, por su labor para la preservación de la radiodifusión.

Mientras que Andrés Quintana, expresidente de CANARA indico “Sí, claro. Es fundamental” (A. Quintana, comunicación personal, 13 de febrero 2024).

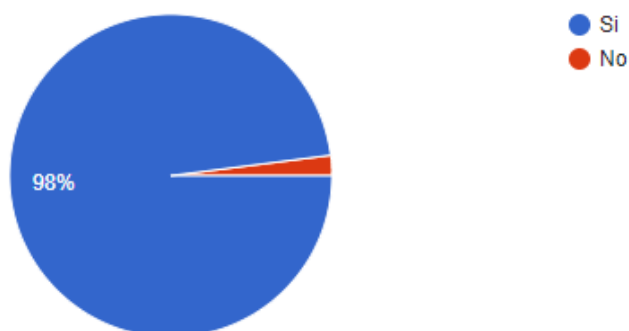
“Desde que la radiodifusión empezó a cumplir esa importante labor social los radiodifusores han sido muy solidarios con la población. Pero solidarios entre sí, aquí no hay competencia puede haber una competencia, digámosle comercial, pero comercial. No hay competencia como radiodifusores. Por el contrario ha habido una gran unión solidaria; le cuento que en los años 70 que me acuerdo perfectamente por decirle algo Radio Reloj, Radio Monumental y Radio Columbia. Soy citando el formato noticiero. Por ejemplo. Eran competencia comercial y de audiencia pero si a Radio Reloj tuvo una avería en el transmisor y no podía salir al aire. Yo le aseguro que el dueño de Radio Columbia o el dueño de Radio Monumental; se comunicaban inmediatamente con el dueño de la radio. Preocupados de qué pasó de por qué está fuera del aire, y si le faltaba un componente que alguno de ellos dos le faltaba e inmediatamente se lo daban sin condición. Y esa solidaridad se ha visto reflejada a través de la Cámara Nacional de Radiodifusión” (G. Piedra, comunicación personal, 23 de febrero del 2024).

Para Gustavo Piedra, presidente de la Cámara Nacional de Radiodifusión, esta institución ha sembrado una actitud solidaria entre los radiodifusores de nuestro país; por eso expresa un ejemplo que ha sucedido a lo largo de los años en el gremio radiofónico. Con base en la respuesta de Piedra, argumenta que gracias a los valores impuestos por CANARA en los radiodifusores costarricenses, esta institución es un pilar importante para la radiodifusión costarricense.

Además, a la audiencia encuestada se le realizó la siguiente pregunta: Según su opinión, ¿Se debe preservar la radiodifusión en nuestro país?, a continuación las respuestas suministradas:

Ilustración 9

Respuesta de los encuestados



Fuente:

Encuesta aplicada a personas que escuchan la radio.

Esta consulta fue contestada por noventa personas, del total de personas que fueron encuestadas (100), los resultados fueron los siguientes:

Como se logra apreciar en el gráfico anterior, un 98% considera que se debe preservar la radiodifusión en nuestro país, en total noventa y siete personas dieron esta respuesta; mientras que un 2% considera que la radiodifusión no se debe preservar en nuestro país, un total de dos personas dieron esta respuesta.

Los expertos de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) consideran que es de gran importancia preservar la radiodifusión en nuestro país, esto le permite al ciudadano ejercer el derecho a la libertad de expresión, a recibir información veraz y de gran calidad; lo más importante es que la radio sigue siendo un medio de comunicación de libre acceso y de forma gratuita, esto la convierte en un medio relevante en nuestro país. En la encuesta se ve reflejada

una parte importante en la radiodifusión como lo es la audiencia, para la ciudadanía es crucial preservar la radio como medio de comunicación relevante en Costa Rica.

Es importante realizar un resumen sobre lo escrito en este capítulo llamado, Análisis de datos, en las primeras líneas de este apartado se puede verificar la información que hace referencia al primer objetivo específico de la investigación, identificar las medidas de conservación que ha utilizado la Cámara Nacional de Radiodifusión para mantener la radio como medio de comunicación relevante. Se logra identificar las medidas de conservación que realizó esta institución en el año 2023 con el fin de mantener la radio como medio de comunicación relevante en el país.

Siguiendo con el capítulo, es importante recordar el segundo objetivo específico de la investigación: enumerar las campañas realizadas por la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) para mantener la radio como medio de comunicación relevante. En la redacción se aprecia las diferentes campañas que realizó CANARA en conjunto con instituciones gubernamentales y privadas.

Mientras que para concluir, se muestran los resultados que dan respuesta al tercer objetivo específico, el cual es identificar las ventajas y desventajas que ha tenido CANARA al desarrollar estas medidas de preservación para mantener la radio como medio de comunicación relevante. Debe recordarse que esta investigación identificó muchas ventajas de CANARA al realizar estas medidas y, según las declaraciones de los expertos, fueron nulas las desventajas que obtuvo.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Este capítulo consiste en las conclusiones y recomendaciones de este trabajo, derivadas de la aplicación de los diferentes instrumentos para dar respuesta a los objetivos planteados al inicio de trabajo sobre las medidas de preservación que ha utilizado la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) para mantener la radio como medio de comunicación relevante. Después de analizar el cuestionario aplicado a la muestra determinada, luego de realizar las diferentes entrevistas a los expertos de CANARA y analizar los datos de Kantar Iprobe Media, se confirma lo siguiente:

La Cámara Nacional de Radiodifusión en el año 2023 realizó medidas para preservar la radiodifusión en Costa Rica; la principal medida es la realización de la Cadena Nacional de Radio llamada Panorama, gracias a este espacio radiofónico esta entidad busca una aceptación de la audiencia a los productos radiofónicos del país. Panorama le permite al oyente resguardar los valores, un espacio que le aporta a la democracia, el derecho de la audiencia a entretenerse, informarse y educarse gracias al contenido radiofónico.

Uno de los principales motores económicos de la Cámara Nacional de Radiodifusión se da tras la donación de 20 minutos de programación por parte de las radioemisoras asociadas; gracias a ese esfuerzo, la Cadena Nacional de Radio, llamada Panorama, se emite en diferentes emisoras y esto le permite a esta entidad obtener recursos económicos para realizar las medidas de preservación y las campañas en beneficio de la radiodifusión costarricense.

Para los expertos de CANARA, es importante la preservación de la radiodifusión en Costa Rica, ya que la radio como medio de comunicación permite la libertad de expresión para toda la ciudadanía costarricense, esto es un pilar muy importante en la democracia del país. La radio, al pasar de los años, continúa siendo un medio de comunicación gratuito y de libre acceso para su público; esto permite que el mensaje emitido por una plataforma radiofónica sea escuchado en todo el país, sin importar la zona demográfica.

La Cámara Nacional de Radiodifusión trabaja en conjunto con el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), con el fin de dar capacitaciones a los colaboradores de las emisoras asociadas a CANARA. Esta fue una medida de preservación realizada en el año 2023, lo cual permite que los colaboradores de las emisoras tengan insumos de calidad para realizar producciones radiofónicas

con el estándar de calidad que debe tener la radio, si los contenidos son buenos, la audiencia va a querer sintonizar.

Gracias a los datos de Kantar Iprobe Media y la encuesta realizada en este trabajo de investigación, se puede concluir que los ciudadanos de nuestro país siguen escuchando la radio, esto garantiza la preservación de este medio de comunicación que ha sido tan relevante para Costa Rica. A pesar de las diferentes formas, existentes en la actualidad para entretenerse e informarse, la audiencia sigue aceptando el producto radiofónico para acceder a programas de diferentes temas que son emitidos en las principales radioemisoras del país.

Con base en la información recopilada en esta investigación, una medida de preservación para mantener la radio como medio de comunicación relevante en el año 2023 fue la creación de contenidos radiofónicos de gran calidad por parte de la Cámara Nacional de Radiodifusión y las diferentes emisoras del país. La radio sigue siendo atractiva por los contenidos.

Asimismo, la información suministrada en este trabajo de investigación se puede convertir en una fuente primaria para futuros trabajos de investigación de la Universidad Internacional de las Américas (UIA) u otras casas de enseñanza en el país o fuera de nuestras fronteras. Este trabajo cuenta con insumos importantes sobre la radiodifusión costarricense y el papel que ha desempeñado la Cámara Nacional de Radiodifusión para mantener la radio como medio de comunicación relevante.

Todos los expertos entrevistados de la Cámara Nacional de Radiodifusión han manifestado que esta institución es importante en la preservación de la radiodifusión en Costa Rica. Aunque su trabajo no es conocido por la ciudadanía costarricense, con base en lo investigado, se puede concluir que CANARA juega un papel importante para mantener la calidad del contenido radiofónico y para que la radio siga siendo un medio de comunicación relevante en el país.

CANARA cuenta con alianzas estratégicas con las empresas públicas y privadas del país, esto le permite costear todo lo que conlleva una campaña. Esta estrategia le permite a la institución contar con una estructura con costos operacionales y con presupuestos contables. De forma anual la Cámara cuenta con cada rubro de operación y sostenibilidad fijado.

Para la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) es importante complementar la radio con algunos medios digitales, pues esto puede traer cercanía entre la radioemisora y el oyente. Otro aspecto que le suministran las redes sociales a los productos radiofónicos es la inmediatez con la cual se le puede brindar la información a la audiencia.

Aunque en la actualidad existen diferentes formas de entretenerse, informarse y educarse, para los expertos de la Cámara Nacional de Radiodifusión, la radio sigue vigente en Costa Rica. Esta institución ha realizado un análisis para determinar cómo mantener la radio como medio de comunicación relevante y no ven como una “competencia” los nuevos medios digitales, sino más bien como una buena oportunidad para complementar la radiodifusión con estas plataformas.

La Cámara Nacional de Radiodifusión por medio de las entrevistas realizadas a sus expertos por motivo de este trabajo de investigación, comprueba el compromiso de esta institución para seguir velando por la radiodifusión costarricense y ser la entidad encargada de suministrar la calidad en los productos radiofónicos de sus emisoras asociadas.

Recomendaciones

Se recomienda a los controlistas, periodistas, comunicadores, guionistas, editores, entre otros puestos en relación a la radiodifusión a participar en las capacitaciones que la Cámara Nacional de Radiodifusión que, en conjunto con el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), pone a disposición de todos los colaboradores de las radioemisoras. Esto busca que todos tengan el conocimiento y la capacidad para ejercer una radiodifusión sana y que cumpla los estándares de calidad que la radio solicita para emitir un producto radiofónico.

A la Cámara Nacional de Radiodifusión se recomienda seguir dando productos radiofónicos de excelente calidad, esto permite una gran aceptación por parte de la audiencia; es importante mantener la página web actualizada. En esta investigación se evidenció que algunas informaciones están desactualizadas, al ser la página de una fuente primaria, debe presentar información veraz y actual; en general, se recomienda a esta institución seguir ejerciendo ese contrapeso en beneficio a la radiodifusión costarricense, porque es importante preservar este medio de comunicación gratuito y de libre acceso.

Siguiendo con las recomendaciones para CANARA, es importante complementar la radio con algunos medios digitales, según lo indicado por Gustavo Delgado, periodista de esta institución, se han realizado esfuerzos para conservar la radiodifusión, sin embargo, se desea complementar la radio con los medios digitales que existen en la actualidad.

A los futuros investigadores sobre este tema, se les recomienda concentrarse en la radiodifusión de Costa Rica, porque es una estructura muy consolidada y se ha mantenido durante años, con el fin de entretener, informar y educar a toda la audiencia de las diferentes emisoras. La Cámara Nacional de Radiodifusión es la institución que agremia a la gran mayoría de radiodifusores.

A las diferentes casas de enseñanza del país que imparten la carrera de Periodismo, se aconseja seguir suministrando el conocimiento requerido para realizar una producción radiofónica de gran calidad, pues ya es un medio de comunicación que se mantiene vigente y esto puede traer fuentes de ingreso económico para los futuros profesionales en comunicación. Es importante realizar una reflexión sobre los retos afrontados por la radiodifusión en Costa Rica para seguir siendo un medio de comunicación gratuito y de libre acceso para toda la ciudadanía costarricense.

Se recomienda a la Universidad Internacional de las Américas a preservar este trabajo, con el fin de que más estudiantes se motiven a investigar más sobre la radiodifusión costarricense. Este es un tema de gran importancia para la democracia de Costa Rica, pues tiene un contexto histórico que da inicio desde hace años atrás y a pesar del paso de los años, la radio sigue siendo relevante, por ser el único que ofrece entretenimiento, información y educación de una forma gratuita y de libre acceso.

Si bien es cierto la Cámara Nacional de Radiodifusión reúne el gremio de los radiodifusores costarricenses y su información e investigaciones van directamente a este gremio, se recomienda a CANARA potencializar los proyectos que se están trabajando actualmente para lograr una cercanía con los oyentes. Esto permite que la ciudadanía pueda conocer el trabajo de esta Cámara y la importancia de la radiodifusión en Costa Rica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias. (2003). El proyecto de investigación. Episteme.

https://tauniversity.org/sites/default/files/libro_el_proyecto_de_investigacion_de_fidias_g_arias.pdf

Asale, R.-., & Rae. (s. f.). preservación | Diccionario de la lengua española. «Diccionario de la Lengua Española» - Edición del Tricentenario.

<https://dle.rae.es/preservaci%C3%B3n>

Asale, R.-., & Rae. (s. f.-b). Diccionario de la lengua española | Edición del Tricentenario. «Diccionario de la Lengua Española» - Edición del Tricentenario.

<https://dle.rae.es/comunicacion>

Canadian Code of Ethics. (s.f.). "Canadian Code of Ethics." Recuperado de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/DialnetEnLaRehabilitacionDeLaArquitecturaEnAdobeIncidelaH-3986320%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/DialnetEnLaRehabilitacionDeLaArquitecturaEnAdobeIncidelaH-3986320%20(1).pdf)

Cañas, C. W. (2020, 13 febrero). La Radio es un medio imprescindible para promover la diversidad, la inclusión y el respeto a los derechos humanos. Comisión de Derechos Humanos de la Ciudad de México.

<https://cdhcm.org.mx/2020/02/la-radio-es-un-medio-imprescindible-para-promover-la-diversidad-la-inclusion-y-el-respeto-a-los-derechos-humanos>

Casas et al. (2003). La encuesta como técnica de investigación.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656703707288>

Chiavenato, I (2006). Introducción a la Teoría General de la Administración. Mc Graw Hill.

<https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>

Comités de Trabajo. (s. f.). Canara.org.

<https://www.canara.org/canara-costa-rica/comisiones>

Constitución Política de Costa Rica [Const]. Art. 29. 07 de noviembre de 1949 (Costa Rica).

https://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=871

Costa, A. (2002). [Información Radiofónica]. p. 164.
https://books.google.co.cr/books?id=y9s80yY_oFEC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false

Crespo, C. y Viñas, V. (1984). La preservación y restauración de documentos y libros en papel. Paris : UNESCO. Programa General de Información.

https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000063519_spa

Diseño de un manual de recomendaciones técnicas para el correcto aprovisionamiento de equipos de transmisión y recepción de señales de televisión digital aplicable en las empresas de radio y televisión de Costa Rica, año 2016. (2016). [Licenciatura en Ingeniería Electrónica con énfasis en Telecomunicaciones, Universidad Latina de Costa Rica].

<https://repositorio.ulatina.ac.cr/handle/20.500.12411/308?locale=e>

Dominguez, E. (2012). Medios de comunicación masiva (Primera edición). RED TERCER MILENIO.

https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf

Duarte, R. (2014). Periodismo radiofónico frente al periodismo digital. [Tesis de bachillerato, Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación, Guatemala]

http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1290.pdf

El impacto de Internet en la radio argentina. Un análisis sobre los cambios en el modelo de negocios". (2019). [Maestría en Periodismo, Universidad de San Andrés].

<https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/18648/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.M.%20Per%20Torres%2C%20Santiago%20Alexander.pdf>

El podcast como medio de difusión de contenido periodístico casos a analizar: Noticias Rinfogam, Noticias de Panamá y Noticias de Guatemala Hoy en el tercer trimestre del

2021. (2022). [Bachillerato en Periodismo, Universidad Internacional de las Américas].
http://opac.uia.ac.cr/cgi-bin/koha/opadetail.pl?biblionumber=9424&query_des
- Étece. (2020). [Concepto del medio de comunicación]. <https://concepto.de/author/mraffino/>
- Evolución de las transmisiones deportivas radiales en Chile. (2015). [Bachillerato en Periodismo, Universidad de Chile Instituto de la Comunicación e Imagen Carrera de Periodismo].
<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/139714/Evoluci%C3%B3n-de-las-transmisiones-deportivas-radiales-en-Chile.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fonseca Yerena, María del Socorro.(c2005).Comunicación oral [En línea]. Pearson Educación. Recuperado el 2010-07-24, de <https://www.bibliotechnia.com.mx/>
- Gallardo, J. (1991). Elementos de investigación académica. EUNED.
https://books.google.co.cr/books?id=y9s80yY_oFEC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false
- García, J. (1980). La Radio por dentro y por fuera. CIESPAL.
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53840.pdf>
- Hernández Sampieri et ál. (1996). Metodología de investigación. p. 23.
https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf
- Hernández Sampieri et al. (2006). Metodología de la investigación.Mc Grawn Hill
<http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20SAMPIERI.pdf>
- Herrera, S. (2014) Ventajas e Inconvenientes de la participación de la audiencia en los programas de radio. Facultad de Comunicación de la Universidad de Piur, Perú.
https://www.researchgate.net/publication/50517248_Ventajas_e_inconvenientes_de_la_participacion_de_la_audiencia_en_los_programas_de_radio
- Instituto Nacional de Censos y Estadísticas (2016). Encuesta Nacional

https://oibc.oei.es/documents/statistic_documents/documents/31/reenc2016-27092017.pdf?1521548532

Kantar Ibope Media. (2024). Audio. Un inmenso universo de posibilidades, <https://www.kantaribopemedia.cl/Infografias/Dia%20de%20la%20radio.pdf>

La radio noticiosa: sobreviviendo en la era digital. (2021). [Maestría en Gestión y Generación de Contenidos Digitales, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano]. <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/21870/TESIS%20TERMINADA%20PARA%20SUBIR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lamb et al. (2006). Marketing. Ediciones Paraninfo. https://www.academia.edu/67152729/Marketing_Lamb_Hair_McDaniel

Limann. (12 de Abril de 1998). Recuperado el 2019, de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/6322/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000098.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

OEA :: Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. (s. f.). <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=25&lID=2#:~:text=Toda%20persona%20tiene%20derecho%20a,otro%20proce>

Pierre, A (1989). Lexique de la Presse Écrite. Dalloz <https://archive.org/details/lexiquedelapress0000unse>

Preservation of archives in tropical climates. (2001). Comma. International Journal on Archives, 3-4, 39-248. <https://cool.culturalheritage.org/byauth/teygeler/tropical.pdf>

Prezi, M. F. F. P. O. (s. f.). ¿Qué es la radiodifusión? prezi.com. https://prezi.com/xxdici2t_jzj/que-es-la-radiodifusion/

Radio en línea para para la biblioteca pública de Goicochea. (2020). [Maestría Profesional en Bibliotecología y Estudios de la Información con énfasis en Tecnologías de la Información, Universidad de Costa Rica].

<https://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/80929>

Rodero, E. (2014). Cómo abordar la enseñanza de la producción radiofónica. upf.
https://www.academia.edu/363021/Como_abordar_la_ensenanza_de_la_produccion_radi_ofonica

Russel, J. y Lane, W. (2005). Publicidad. Pearson.

<https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25735w/LIBROKleppnerPublicidad.pdf>

Sampieri, R (2014). Metodología de la Investigación. Mc Graw Hill.

https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Stanton et al. (2006). Fundamentos de Marketing. McGraw-Hill Interamericana.

https://www.academia.edu/31432325/Fundamentos_de_marketing_stanton_14edi

Tovar, E. (2013). Cronología de la radiodifusión en Costa Rica. Primera Plana. Colegio de Periodistas y Profesionales en Ciencias de la Comunicación Colectiva de Costa Rica.
https://www.primeraplana.or.cr/es/Hist%C3%B3rico/Cronologia_de_la_radiofifusion

Wells, H. G., Burnett, F., & Miortary, S. (1996). Publicidad. Person.
<https://ftp.isdi.co.cu/Biblioteca/BIBLIOTECA%20UNIVERSITARIA%20DEL%>

ANEXOS

Anexo 1

Radio emisora	Frecuencia	Ubicación
Radio Sistema Cultural La Cruz.	8.3 FM / 1580 AM	La Cruz, Guanacaste
Radio Sinaí	103.9 FM / 1400 AM	San Isidro Del General, San José
Radio CRC	89.1 FM	La Uruca, San José
Radio Life	89.5 FM	Curridabat, San José
Radio Stereo Visión Internacional	98.3 FM	Cartago
Radio 959	95.9 FM	La Uruca, San José
Radio Cultural Boruca	88.1 FM	Boruca, Buenos Aires
Radio Costa Rica	930 AM	Zapote, San José
Radio Cultural Pital	88.3 FM / 1600 AM	Pital, San Carlos, Alajuela
Radio Cultural Los Santos	88.3 FM / 1580 AM	San Marcos, Tarrazú
Radio Cultural Upala	88.3 FM / 1600 AM	Upala, Alajuela
Radio Corobicí	1240 AM	Cañas, Guanacaste
Radio Stereo Bahía Puntarenas	107.9 FM	Puntarenas
Radio Stereo Bahía Limón	107.9 FM	Limón
Súper Radio	102.3 FM	Guadalupe, San José
Radio Musical	97.5 FM	Curridabat, San José
Radio Fides	93.1 FM	San José
Radio Cultural Turrialba	88.3 FM / 1600 AM	Turrialba, Cartago
Radio Sideral	1340 AM	San Ramón, Alajuela
Radio Buenísima	1500 AM	Golfito, Puntarenas
Radio Cultural Puriscal	88.3 FM	Pursical, San José
Radio Alajuela	1120 AM	Alajuela
Radio La Gigante	800 AM	Barrio Aranjuez, San José
Radio Colosal Ciudad	88.3 FM	Neily, Puntarenas
Radio Amor	93.9 FM	Guadalupe, San José
Radio Casino	98.3 FM	Limón
Radio Visión	1280 AM	San José de Alajuela.
Radio Sonora	700 AM	Coronado, San José
Radio Centro	96.3 FM	Tibás, San José
Radio FM Globo	100.3 FM	Barrio Don Bosco, San José
Radio Cultural La Voz de Talamanca	88.3 FM / 1580 AM	Talamanca, Limón
Radio Cultural Pérez Zeledón	88.1 FM/ 1580 AM	Pérez Zeledón, San José
Radio San Carlos	1430 AM	San Carlos, Alajuela
Radio Cultural Corredores	1580AM / 88.1FM	Corredores, Puntarenas
Radio 94.7	94.7 FM	La Uruca, San José

Radio Sistema Cultural Nicoyano	88.3 FM / 1600 AM	Nicoya, Guanacaste
Radio La Fuente Musical	1300 AM	Paraíso, Cartago
Radio Hit	104.7 FM	Curridabat, San José
Radio Quepos	1600 AM	Quepos, Puntarenas
Radio Lira	88.7 FM	Alajuela
Radio Rica	640 AM	San José
Radio Chorotega	1100 AM	Santa Cruz, Guanacaste
Radio Pampa	1420 AM	Liberia, Guanacaste
Radio Urbano	106 FM	Curridabat, San José
Radio 95 Jazz	95 FM	Zapote, San José
Radio CúCú	1200 AM	Tibás, San José
Radio Sistema Cultural Los Chiles	88.3 FM / 1580 AM	Los Chiles, Alajuela
Radio Guanacaste	1380 AM	Liberia, Guanacaste
Radio 1360	1360 AM	Coronado, San José
Radio Santa Clara	550 AM	Ciudad Quesada, Alajuela
Radio 88 Stereo	88.7 FM	Pérez Zeledón, San José
Radio Libertad	570 AM	Desamparados, San José
Radio 103	103 FM	La Uruca, San José
Radio Victoria	1180 AM	Heredia
Radio Cultural Tilarán.	88.3 FM	Tilarán, Guanacaste
Radio Cultural Buenos Aires	1600 AM / 88.1FM	Buenos Aires, Puntarenas
Radio Sinfonola	90.3 FM	Cartago
Radio Cultural Maleku	1580 AM / 88.3 FM	Palenque, Guatuso
Radio Nicoya	1560 AM	Nicoya, Guanacaste
Radio Cartago	850 AM	Cartago
Radio Azul 999	999 FM	La Uruca, Cartago

Anexo 2

Cuestionario

Hola, reciban un cordial saludo; mi nombre es Luis Benavides Montero. Actualmente, estoy realizando una investigación sobre las medidas de preservación que ha utilizado la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) en el año 2023, con el fin de mantener la radio como medio de comunicación relevante. El objetivo de esta investigación es dar a conocer estas medidas y a nivel académico podría ayudarme a optar por el grado de Bachillerato en Periodismo.

La audiencia es algo muy importante en la radiodifusión de nuestro país, es por eso que dar respuesta a este cuestionario va a permitir tener una importante expectativa sobre el tema que se está investigando. Muchas gracias por su interés a esta investigación.

1) Género

Masculino

Femenino

Otro

2) Edad

3) ¿Conoce usted de que se encarga la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA) en nuestro país?

SÍ

NO

4) ¿Conoce algunas medidas de preservación que realizó CANARA en el 2023 con el fin de mantener la radio como medio de comunicación relevante en nuestro país?

SÍ

NO

5) ¿Cree que hace falta más información sobre esta institución, con el fin de que el oyente conozca más sobre la entidad reguladora de la radiodifusión en Costa Rica?

SÍ

NO

6) Si su respuesta es positiva, ¿en cuáles de los siguientes canales de divulgación le gustaría acceder a esta información?

Radio

Medios de comunicación digitales

Periódicos

Correo electrónico

Otro

7) ¿Escucha usted radio?

SÍ

NO

- 8) En caso de que su respuesta sea negativa, continuar a la número 10. Esta pregunta se responde con la siguiente rúbrica 1 No suelo escuchar la radio, 2 Muy poco, 3 Poco, 4 De vez en cuando, 5 Escucho mucho la radio.
1 2 3 4 5
- 9) ¿Por cuáles plataformas le gusta escuchar la programación radiofónica?
Radio
Plataformas por Internet
Redes sociales
- 10) ¿Considera que la radio debe complementarse con los avances tecnológicos que hemos tenido en los últimos años (radio por internet, colocar la programación en otras plataformas de audio, entre otros)
SÍ
NO
- 11) Según su opinión, ¿se debe preservar la radiodifusión en nuestro país?
SÍ
NO

Anexo 3

Fotografía número 1. Salón de ex presidentes de la CANARA. Fuente: Elaboración propia, 2024.

Anexo 4

Fotografía número 2. Salón de los pioneros de la radio en Costa Rica. Fuente: Elaboración propia, 2024.

Anexo 5

Fotografía número 3. Instalaciones de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA), ubicadas en San José. Fuente: Elaboración propia, 2024.

Anexo 6

Fotografía número 4. Gustavo Piedra, actual presidente de la Cámara Nacional de Radiodifusión (CANARA), en el locutorio donde se graba Panorama. Fuente: Elaboración propia, 2024.