

<https://doi.org/10.69639/arandu.v13i1.2323>

Estrategias comunicacionales radiales para la revitalización de la educación cívica de los jóvenes en la ciudad de Pilar, 2025

Radio Communication Strategies for Revitalizing Civic Education Among Youth in the City of Pilar, 2025

David Daniel Díaz Albariño

daviddiaz1189@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0000-7688-1957>

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

Juan Ignacio González Caballero

ignaciocaballero25@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0007-0203-8212>

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

Artículo recibido: 10 febrero 2026- Aceptado para publicación: 16 marzo 2026
Conflictos de intereses: Ninguno que declarar.

RESUMEN

Este estudio se centra en analizar las estrategias comunicacionales radiales utilizadas en los procesos de educación cívica de los jóvenes en la ciudad de Pilar en el año 2025. La investigación partió de la hipótesis de que se implementan escasas y poco sistemáticas estrategias comunicacionales radiales que integren la participación juvenil y el enfoque de comunicación-educación, con un escaso efecto positivo en la revitalización de la educación cívica de los jóvenes. La metodología adoptada incluyó un enfoque mixto, descriptivo y transversal, aplicando encuestas a 190 estudiantes de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas de la Universidad Nacional de Pilar y entrevistas semiestructuradas a los directivos de las tres emisoras locales. El objetivo principal fue analizar los patrones de comunicación y las barreras que enfrentan los jóvenes y las radios. Los resultados revelaron una dicotomía fundamental: la mayoría de los estudiantes valora la educación cívica, pero esta actitud positiva se disocia de la radio como medio efectivo para su consumo y promoción. La investigación concluye que la radio se encuentra con áreas de mejoras en su función cívica debido a un déficit estratégico y al desplazamiento medial. Los directivos confirmaron que sus estrategias son esporádicas e informativas, careciendo del enfoque de Comunicación-Educación y de un plan continuo. Se recomienda a la radio adoptar el enfoque de Comunicación-Educación. Además, es esencial migrar a la Convergencia Medial para desarrollar un sistema robusto de *podcasts* y clips optimizados para redes sociales, superando las barreras presupuestarias.

Palabras clave: comunicación-educación, educación cívica, estrategias comunicacionales, participación juvenil, radio

ABSTRACT

This study focuses on analyzing the radio communication strategies used in the civic education processes of youth in the city of Pilar in 2025. The research started from the hypothesis that scarce and unsystematic radio communication strategies are implemented, which integrate youth participation and the communication-education approach, with a low positive effect on the revitalization of youth civic education. The methodology adopted included a mixed, descriptive, and transversal approach, applying surveys to 190 students of the Faculty of Accounting, Administrative, and Economic Sciences of the National University of Pilar and semi-structured interviews with the directors of the three local radio stations. The main objective was to analyze the communication patterns and the barriers faced by both the youth and the radio stations. The results revealed a fundamental dichotomy: the majority of students value civic education, but this positive attitude is dissociated from the radio as an effective medium for its consumption and promotion. The research concludes that the radio is facing areas for improvement in its civic function due to a strategic deficit and media displacement. The directors confirmed that their strategies are sporadic and informative, lacking the Communication-Education approach and a continuous plan. It is recommended that the radio adopt the Communication-Education approach. Furthermore, it is essential to migrate to Media Convergence to develop a robust system of *podcasts* and clips optimized for social networks, thus overcoming budgetary barriers.

Keywords: communication-education, civic education, communication strategies, youth participation, radio

Todo el contenido de la Revista Científica Internacional Arandu UTIC publicado en este sitio está disponible bajo licencia Creative Commons Attribution 4.0 International. 

INTRODUCCIÓN

Diversos estudios han evidenciado la relevancia del análisis de la educación cívica y ciudadana y la necesidad de abordar los factores que condicionan su revitalización, debido al aporte significativo que esta realiza a la formación de sujetos políticos conscientes y a la radicalización de la democracia (Pérez Bernal, 2021). Considerando su papel fundamental en la cohesión social, se subraya la importancia de examinar las estrategias comunicacionales que fortalecen la formación ciudadana.

Entre los factores que más impulsan este desarrollo se encuentra el uso estratégico de los medios de comunicación, en particular la radio, al integrarse con las Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC). Numerosas investigaciones coinciden en que la radio, históricamente, ha sido una herramienta relevante para fortalecer el tejido social y dar voz a grupos tradicionalmente marginados (Pérez-Bernal, 2021). Con la integración de las tecnologías digitales, la radio digital comunitaria emerge como un mecanismo clave para democratizar el acceso a la información, fortalecer el desarrollo local y fomentar la participación ciudadana en contextos marcados por la brecha digital (Guerrero Valarezo y otros, 2025).

No obstante, la efectividad de estas estrategias se encuentra condicionada por múltiples factores, entre los cuales destaca la correcta aplicación de un enfoque socioeducativo. La era digital transforma el proceso de enseñanza de la educación cívica y abre nuevas posibilidades, siempre y cuando los docentes y gestores estén capacitados para enfrentar el reto de la aplicación tecnológica (Portal Iznaga y otros, 2023). Se requiere que el ecosistema comunicativo se enfoque en la comunicación-educación, y no únicamente en la tecnología en sí misma. De igual modo, la comunicación-educación postula el universo expresivo de los educandos como el eje del proceso de interaprendizaje (Guerrero Valarezo et al., 2025). Por lo tanto, el desarrollo de estrategias exitosas dependerá de la cocreación socioeducativa para la alfabetización digital y la participación ciudadana (Guerrero Valarezo et al., 2025).

El presente artículo, por consiguiente, se enmarca en la necesidad de generar propuestas concretas de estrategias comunicacionales radiales que permitan abordar la revitalización de la educación cívica entre el segmento juvenil de la ciudad de Pilar en el año 2025.

Esta investigación parte de la hipótesis de que se implementan escasamente y poco sistemáticas estrategias comunicacionales radiales que integren la participación juvenil y el enfoque de comunicación-educación con un efecto positivo en la revitalización de la educación cívica de los jóvenes de la ciudad de Pilar durante el año 2025.

El objetivo general de la investigación consiste en analizar estrategias comunicacionales radiales utilizadas para en los procesos de educación cívica de los jóvenes en la ciudad de Pilar en el año 2025.

La relevancia de este estudio radica en que ofrece información para comprender la relación entre medios de comunicación y desarrollo cívico en el contexto paraguayo. Además, permite identificar barreras y oportunidades para la inclusión de metodologías participativas, contribuyendo a la formulación de estrategias y proyectos que faciliten el ejercicio práctico y cotidiano de nuevas ciudadanías que surgen en los territorios.

La radio, especialmente en contextos locales y comunitarios, mantiene una función estratégica como medio de información, educación, participación social y cohesión. Su carácter accesible y el alto nivel de confianza que genera la convierten en una herramienta central para el desarrollo local y la inclusión.

Medios radiales

La radio en la comunidad continúa siendo un instrumento indispensable que equilibra la confianza tradicional con la innovación digital. Sus funciones se centran en el desarrollo local, la participación ciudadana y la defensa de la diversidad cultural, asegurando que el derecho a la comunicación sea accesible para todos los sectores de la sociedad.

Función informativa y de credibilidad

La radio se ha consolidado como uno de los medios más confiables en el mundo, un factor crucial ante el fenómeno de la desinformación. Difunde información verificada, clara y accesible, lo que es resultado de una relación de más de un siglo con el oyente, basada en la cercanía y el factor humano. (UNESCO, 2024)

Función de participación ciudadana

Las radios comunitarias son herramientas vivas que transmiten la voz de los barrios y pueblos, creando sentido sociopolítico. Ofrecen espacios abiertos que permiten que cualquier habitante pueda expresar sus opiniones, logrando el empoderamiento de la toma de decisiones en el ámbito público y el desarrollo territorial. (Navarro Nicoletta, 2023)

Función social y de integración (solidaridad)

La radio tiene la capacidad de crear redes de solidaridad y apoyo ante situaciones de emergencia, crisis sanitaria o amenazas ambientales. Al visibilizar problemáticas locales que no cubren los medios masivos, contribuye a fortalecer la identidad y a mantener vivos los lazos que cohesionan a la comunidad (Pinargote López y otros, 2019).

Función cultural y de identidad

La radio comunitaria actúa como un hecho cultural fundamental para la defensa y promoción de la cultura local. Permite el rescate de la memoria histórica (relatos orales, mitos) y la preservación de lenguas en riesgo de desaparición, un compromiso vital con la diversidad cultural y los derechos humanos (Ramos Ludeña, 2024).

Función educativa y de concientización

La radio ha ampliado su papel educativo al convertirse en un espacio para la concientización social, abordando temas globales desde una perspectiva local, como la justicia

ambiental y el cambio climático. Esto la alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, promoviendo el diálogo crítico (Naciones Unidas, 2025).

Alcance tecnológico y de accesibilidad

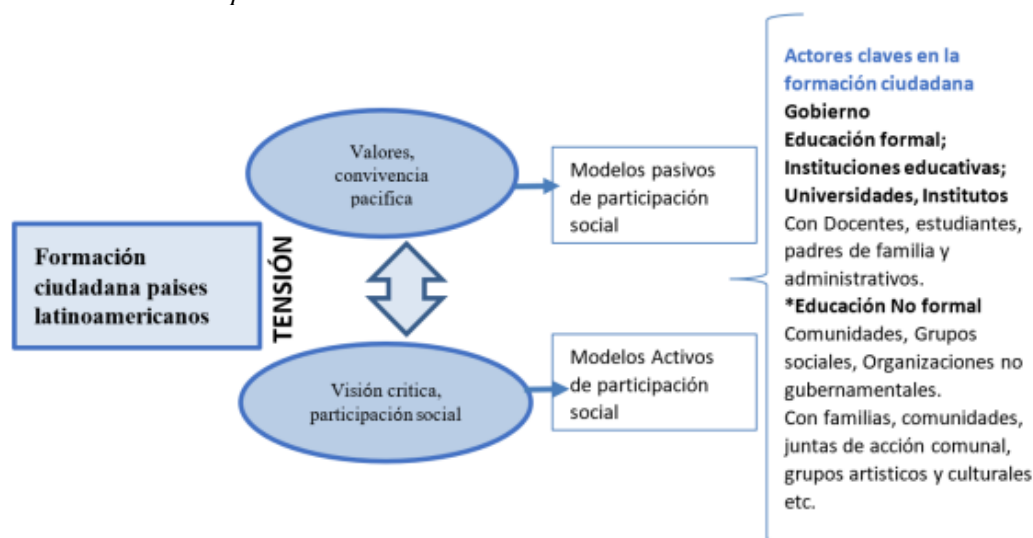
La radio mantiene su alta penetración social en zonas con limitaciones tecnológicas, pero también ha experimentado una profunda transformación digital. Ha incorporado herramientas digitales como podcasts, transmisiones en vivo y redes sociales, multiplicando su alcance y permitiendo la interacción en tiempo real con la audiencia, una debilidad de las emisoras tradicionales (Chimbo Larco, 2025).

Educación cívica

Orellana Fonseca y Muñoz Labraña (2019) sostienen que las instituciones educativas y otros medios, como actores centrales en la formación ciudadana, tienen la responsabilidad de incluir contenidos que impulsen el análisis crítico de los marcos normativos. Esto implica abordar temas vinculados con los derechos civiles y políticos, la igualdad ante la ley, las distintas formas de desigualdad, la diversidad, la pobreza, el desarrollo sostenible y la equidad de género, entre otros aspectos relevantes.

Figura 1

Formación ciudadana países latinoamericanos



Fuente: Botero Caicedo y otros, (2024)

En América Latina se observa un incremento en la participación social, aunque este avance no se refleja con igual intensidad en la investigación sobre formación ciudadana. Espinoza Morales et al. (2020) señalan que la ciudadanía adquiere especial relevancia en países que transitan hacia la democracia y enfrentan desigualdades estructurales y vulneración de derechos, características frecuentes en la región. Su estudio, basado en las percepciones de docentes, estudiantes y familias, muestra que estos actores entienden la ciudadanía como un conjunto de derechos y deberes ligados a la participación. Existen dos formas de ejercerla: una pasiva,

centrada en el cumplimiento de obligaciones, y otra activa, que incorpora pensamiento crítico y expresión reflexiva sobre la realidad social (Botero Caicedo y otros, 2024)

Desafíos y oportunidades de la Radio en la Educación Cívica Juvenil

El acceso a estrategias comunicacionales innovadoras constituye un elemento esencial para el crecimiento de la participación ciudadana, impactando directamente en la formación de nuevas ciudadanías y la productividad social. La necesidad de un capital humano cívicamente formado es crucial para impulsar la expansión de los valores democráticos.

Según Pérez-Bernal (2021), la radio educativa tiene un papel fundamental en la radicalización de la democracia, buscando cualificar el ejercicio de las nuevas ciudadanías. Además, la radio comunitaria se constituye como un medio relevante para fortalecer el tejido social y dar voz a grupos tradicionalmente marginados.

Fallas del modelo educativo que limitan la formación cívica

Las fallas en los modelos pedagógicos tradicionales generan un nivel subóptimo de participación y formación cívica para los jóvenes, debido principalmente a una serie de fallas clasificadas en categorías:

Fallas por el lado de la oferta (Mediadores/Educadores)

- **Necesidad de capacitación didáctica:** La capacitación didáctica de los docentes en la educación cívica facilita el aprendizaje de sus alumnos. El desafío es lograr que los educadores desarrollen una competencia didáctica para emplear de manera adecuada los recursos tecnológicos en el proceso educativo (Portal Iznaga et al., 2023).
- **Dominio de las TIC:** La era digital exige a los docentes el dominio de las principales concepciones y procedimientos sobre el uso de las tecnologías de comunicación e información (Portal Iznaga et al., 2023).

Fallas por el lado de la demanda (Jóvenes)

- **Ausencia de protagonismo:** La formación protagónica del escolar primario es una condición necesaria del desarrollo sostenible (Veitia Arrieta y otros, 2017). Sin embargo, los modelos tradicionales a menudo no colocan al estudiante como el actor protagónico de su conducta cívica y acceso a los medios de comunicación, limitando el ejercicio de su capacidad de razonar sobre temas complejos, en los que es esencial la empatía (Pérez-Bernal, 2021).

La información proporcionada se vincula con las actividades educativas desarrolladas por las emisoras radiales en el marco de la revitalización de la educación cívica juvenil como actores complementarios en la formación cívica. Esta relación se explica en tres dimensiones clave: refuerzo pedagógico, mediación tecnológica y estimulación del protagonismo juvenil.

En este contexto, las actividades educativas radiales pueden contrarrestar estas limitaciones al ofrecer espacios de participación real. Las emisoras pueden:

- Incorporar segmentos donde los estudiantes expresan sus opiniones, preguntas o reflexiones.
- Introducir debates radiales juveniles sobre derechos ciudadanos, participación democrática y problemáticas sociales.
- Crear clubes radiales cívicos o campañas temáticas donde se promueva el análisis crítico.
- Fomentar la corresponsabilidad juvenil mediante actividades como microreportajes, encuestas radiales o comentarios estudiantiles.

Este enfoque es coherente con las recomendaciones internacionales sobre el uso de medios de comunicación como herramientas para fortalecer la ciudadanía y la alfabetización mediática (Ortiz-Herrera, 2016).

MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo de esta investigación se adoptó un enfoque metodológico mixto, que permitió medir la percepción de los jóvenes y, al mismo tiempo, analizar las estrategias de comunicación utilizadas por las emisoras locales. El estudio se enmarca en un diseño no experimental, transversal y de tipo descriptivo, adecuado para examinar la relación entre la radio y la formación cívica juvenil en la ciudad de Pilar durante el año 2025, sin manipular las variables de estudio.

En el componente cuantitativo, la población estuvo conformada por los alumnos de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas de la Universidad Nacional de Pilar (UNP). El objetivo fue identificar su percepción sobre la educación cívica y determinar si esta influye en su decisión al momento de votar o ejercer su derecho cívico. El tamaño de la muestra se calculó mediante la fórmula para poblaciones infinitas. La técnica de recolección empleada fue la encuesta, mediante un cuestionario estructurado que permitió cuantificar la relación entre la exposición a contenidos cívicos y las actitudes participativas o electorales.

En el componente cualitativo, se realizaron entrevistas semiestructuradas a los directivos de las tres emisoras locales seleccionadas como fuente de información. Este procedimiento permitió conocer las estrategias de comunicación aplicadas a la producción de contenidos cívicos y complementar el análisis cuantitativo con una comprensión más profunda sobre los procesos internos de diseño y gestión de dichos contenidos. Respecto a los criterios de inclusión, se consideraron únicamente estudiantes matriculados en la FCCAyE-UNP y directivos de las emisoras seleccionadas, por ser actores directamente vinculados con el objeto de estudio.

En consecuencia, se excluyó a toda persona que no formara parte de estas categorías, evitando la incorporación de datos que no aportaran pertinencia o rigor al análisis. En cuanto a los aspectos éticos, se garantizó la confidencialidad de la información proporcionada por los participantes. Los datos recolectados fueron utilizados exclusivamente con fines académicos y de

investigación, resguardando la identidad de los informantes y asegurando su anonimato conforme a los principios éticos establecidos para estudios de carácter social.

Figura 2

Cálculo de muestra representativa
Administración 245

Contaduría 128

Total, estudiantes 373

- N = 373 (población)
- z = 1.96 (95% de confianza)
- e = 0.05 (error)
- p = 0.5 / q = 0.5 (máxima variabilidad)

1. Cálculo del tamaño preliminar (n₀):

$$n_0 = \frac{z^2 p q}{e^2}$$
$$n_0 = \frac{1.96^2 (0.5)(0.5)}{0.05^2} = 384.16$$

2. Ajuste para población finita:

$$n = \frac{N n_0}{N + n_0 - 1}$$
$$n = \frac{373 \times 384.16}{373 + 384.16 - 1}$$
$$n = \frac{143\,691.68}{756.16} \approx 190$$

Fuente: QuestionPro, (2025)

El cálculo realizado demuestra que, para una población total de 373 estudiantes de la FCCAyE, se requiere una muestra mínima de 190 participantes para garantizar resultados representativos con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Esto confirma que una muestra cercana a la mitad de la población es suficiente para obtener datos sólidos, generalizables y estadísticamente confiables sobre las percepciones estudiantiles en el estudio.

Tabla 1

Cuadro de operacionalización de variables

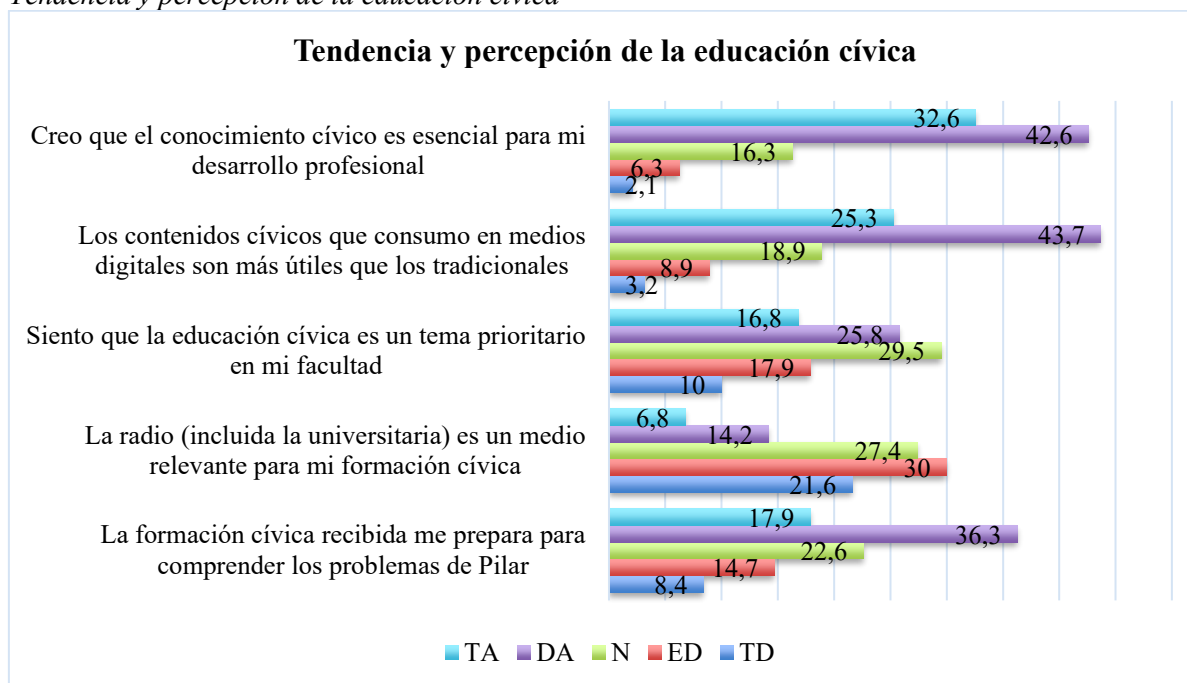
Variable	Dimensiones	Técnica	Instrumento	Fuente
Percepción de los estudiantes sobre educación cívica	Tendencia y percepción de la formación cívica	Encuesta	Cuestionario Likert	Estudiantes FCCAyE
	Consumo y acceso a contenidos cívicos			
	Influencia en la decisión y el ejercicio cívico			
Estrategias comunicacionales de la Radio Universidad	Estrategia comunicacional y enfoque educativo	Entrevista	Guía de entrevista	Directivos radiales
	Contenidos cívicos priorizados			
	Protagonismo y participación juvenil			
	Integración de TIC y plataformas digitales			
	Barreras institucionales y operativas			

RESULTADOS

Presentación de los resultados cuantitativos

Figura 3

Tendencia y percepción de la educación cívica



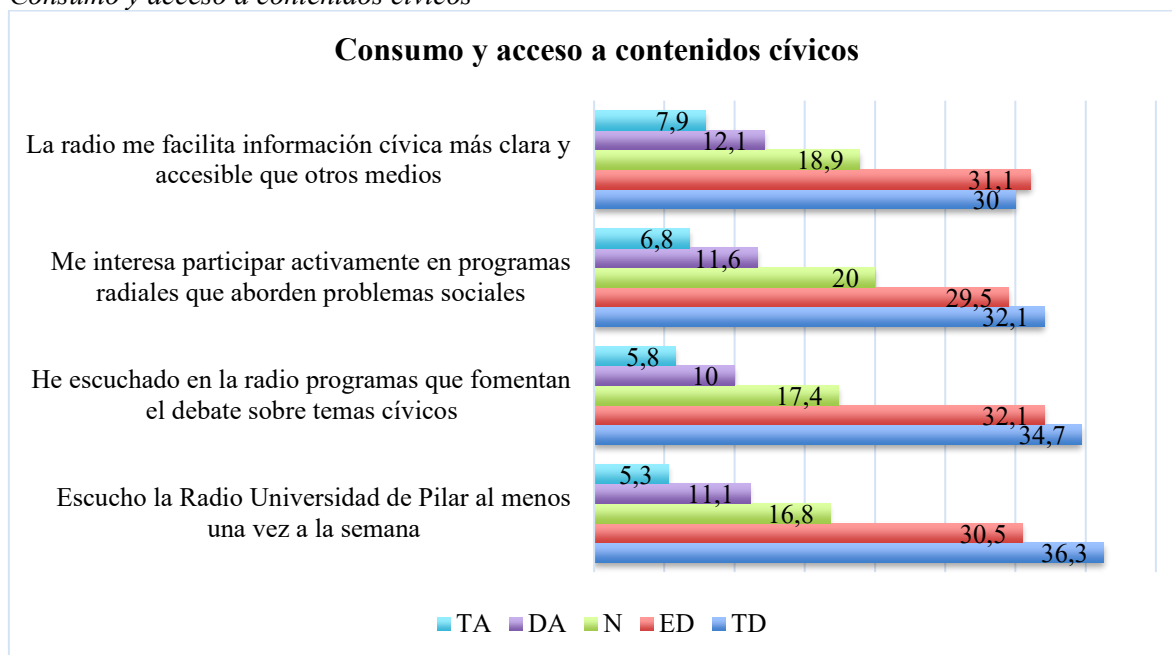
Los resultados de la dimensión “Tendencia y percepción de la formación cívica” muestran que la mayoría de los estudiantes valoran la educación cívica recibida, pero con matices importantes. Por ejemplo, 62 estudiantes (33 %) se muestran de acuerdo con que la formación cívica que reciben los prepara para comprender los problemas de Pilar, mientras que 40 estudiantes (21 %) están totalmente de acuerdo. En contraste, un grupo menor, de 17 estudiantes (9 %), se declara totalmente en desacuerdo y 29 estudiantes (16 %) en desacuerdo, indicando que aún hay una percepción de insuficiencia en algunos casos.

La radio universitaria, sin embargo, no es percibida como un medio relevante de formación cívica: 57 estudiantes (30 %) la consideran en desacuerdo y 41 estudiantes (22 %) totalmente en desacuerdo. Esto sugiere que, aunque los estudiantes valoran la educación cívica en general, los canales tradicionales de comunicación como la radio tienen poca incidencia en su percepción.

Se observa que los contenidos cívicos en medios digitales son altamente valorados: 83 estudiantes (44 %) están de acuerdo y 48 estudiantes (25 %) totalmente de acuerdo en que son más útiles que los tradicionales. Esto refleja una tendencia hacia el consumo de información cívica a través de plataformas digitales, priorizando la accesibilidad y la actualización de los contenidos.

Figura 4

Consumo y acceso a contenidos cívicos



Los resultados muestran con claridad que el consumo de contenidos cívicos a través de la radio es bajo entre los estudiantes. La mayoría declara no escucharla con regularidad: el 36,3 % está totalmente en desacuerdo y el 30,5 % en desacuerdo con escucharla al menos una vez por semana. Esto representa aproximadamente 69 estudiantes totalmente en desacuerdo y 58 en desacuerdo, lo que evidencia un nivel de escucha muy reducido.

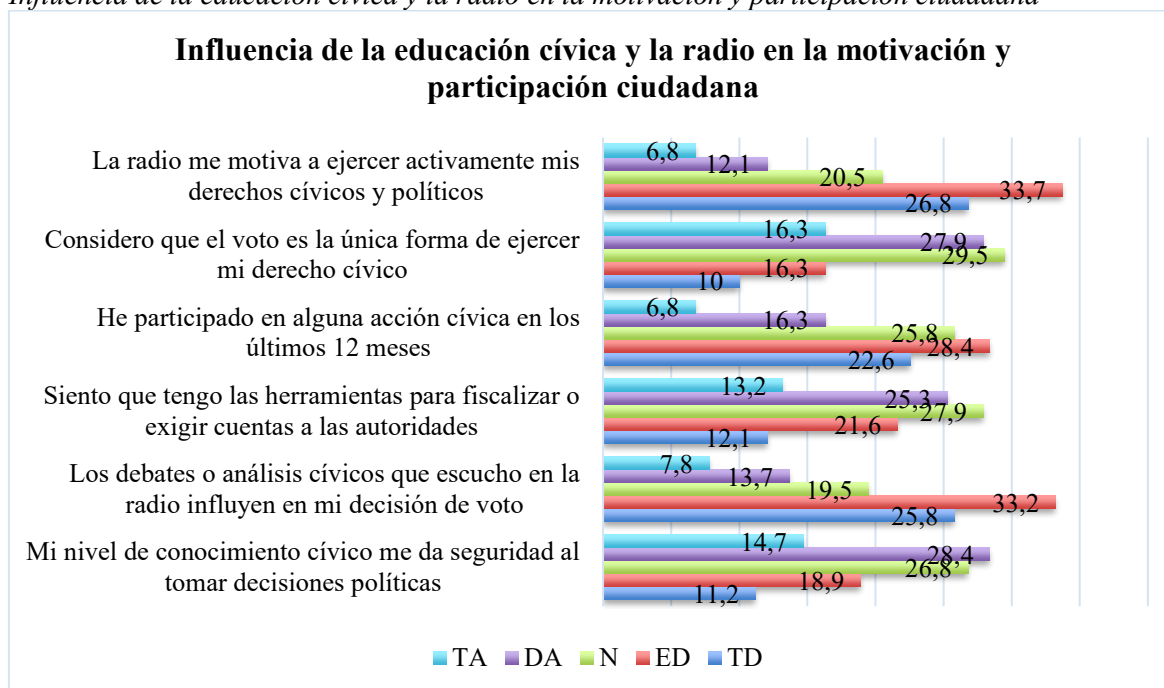
Respecto a la exposición a programas radiales con debate cívico, la tendencia se mantiene: 34,7 % (unos 66 estudiantes) afirma no haber escuchado estos espacios, y un 32,1 % (61 estudiantes) también se ubica en desacuerdo. En conjunto, más de la mitad declara no estar vinculada a estos contenidos.

La participación activa en programas radiales tampoco resulta atractiva para la mayoría. Un 32,1 % (61 estudiantes) está totalmente en desacuerdo en participar y un 29,5 % (56 estudiantes) se muestra en desacuerdo. Solo un 18,4 % (sumando DA y TA) muestra algún interés, lo que confirma una baja predisposición a involucrarse mediante este medio.

Sobre si la radio facilita información cívica más clara y accesible, nuevamente predominan las posturas negativas: 30 % (57 estudiantes) están totalmente en desacuerdo y 31,1 % (59 estudiantes) en desacuerdo. Apenas un 20 % (DA + TA) percibe a la radio como un medio útil para la información cívica.

Figura 5

Influencia de la educación cívica y la radio en la motivación y participación ciudadana



Los resultados evidencian que la radio no constituye un factor motivador para el ejercicio cívico entre los estudiantes. Ante la afirmación “La radio me motiva a ejercer mis derechos cívicos”, un 33,7 % (aprox. 64 estudiantes) se muestra totalmente en desacuerdo y un 26,3 % (unos 50 estudiantes) en desacuerdo. Solo cerca del 6,8 % (13 estudiantes) manifiesta total acuerdo. Esta distribución confirma una percepción muy limitada del rol motivador de la radio universitaria o de cualquier contenido cívico emitido por este medio.

En cuanto a la idea de que el voto es la principal forma de participación ciudadana, existe una postura levemente más equilibrada. Un 27,9 % (53 estudiantes) está de acuerdo y un 16,3 % (31 estudiantes) totalmente de acuerdo, lo que muestra que casi la mitad reconoce el compromiso electoral como una vía válida de participación, aunque persisten niveles relevantes de desacuerdo (en conjunto 43 % aproximadamente).

Sobre la participación en acciones cívicas distintas del voto, los datos reflejan bajos niveles de involucramiento: un 28,4 % (54 estudiantes) está totalmente en desacuerdo con haber participado activamente, y un 25,3 % (48 estudiantes) en desacuerdo. Apenas un 6,8 % (13 estudiantes) declara total acuerdo. Esto indica una participación cívica mucho más declarativa que práctica.

En relación con la percepción de contar con herramientas para tomar decisiones informadas, las opiniones están distribuidas. Un 22,1 % (42 estudiantes) manifiesta total desacuerdo y un 21,6 % (41 estudiantes) desacuerdo, pero también aparecen niveles moderados de acuerdo (alrededor del 25 %). Esta ambivalencia sugiere que los estudiantes reconocen la importancia del conocimiento cívico, pero no siempre se sienten suficientemente preparados.

Los debates y análisis cívicos difundidos por la radio tampoco parecen generar impacto: un 33,2 % (63 estudiantes) está totalmente en desacuerdo con que influyan en su comportamiento, acompañado de un 25,8 % (49 estudiantes) en desacuerdo. Solo un 7,8 % (15 estudiantes) expresa total acuerdo. Esto confirma un vínculo muy débil entre contenidos radiales y prácticas ciudadanas.

Respecto al nivel de conocimiento cívico para interpretar información, un 26,8 % (51 estudiantes) está totalmente en desacuerdo y un 18,9 % (36 estudiantes) en desacuerdo con sentirse preparados. Solo un 11,1 % (21 estudiantes) muestra total confianza. Este patrón revela inseguridad generalizada en la comprensión y análisis de información cívica, especialmente aquella difundida por la radio.

Presentación de los resultados cualitativos

A continuación, se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a los directivos de las emisoras radiales:

¿Cuál es la estrategia central de la radio para integrar contenidos de formación cívica dirigidos a los jóvenes?

Radio A

En realidad, no tenemos una estrategia muy estructurada. Solemos incluir temas cívicos cuando surge algún acontecimiento importante, especialmente en periodos electorales. Fuera de ese contexto, lo hacemos de forma más esporádica.

Radio B

Nuestra intención es llegar a los jóvenes, pero cuesta. Tratamos de abordar temas ciudadanos dentro de algunos programas de actualidad, aunque no siempre logramos profundizar. Lo hacemos según disponibilidad de tiempo y recursos.

Radio C

Lo que más hacemos es invitar a jóvenes cuando hay jornadas relevantes, como el Día de la Democracia o elecciones. No tenemos un plan continuo, pero sí procuramos tocar estos temas cuando la coyuntura lo exige.

¿Cómo definen y aplican el enfoque de ‘Comunicación-Educación’ en sus contenidos, diferenciándolo de la mera información?

Radio A

Para ser sinceros, todavía estamos aprendiendo a diferenciarlo. La mayoría de nuestras aportaciones siguen siendo informativas. Nos falta una propuesta más educativa, pero no contamos con un equipo técnico para diseñarla.

Radio B

Intentamos que los programas no se limiten a comunicar noticias, sino que incluyan explicaciones sencillas de conceptos cívicos. Sin embargo, lo hacemos de forma intuitiva, no con un enfoque metodológico claro.

Radio C

El enfoque educativo aparece cuando invitamos a especialistas. Ellos ayudan a profundizar. Pero la mayor parte del tiempo seguimos trabajando más desde la comunicación informativa que desde la educativa.

¿Qué temas cívicos han priorizado recientemente y por qué?

Radio A

Específicamente para las coyunturas electorales hablamos sobre el voto joven y la importancia de participar en las elecciones.

Radio B

Hemos tocado temas de acceso a derechos, sobre todo salud y educación. Pero no lo hacemos de manera sistemática; depende de la agenda del día.

Radio C

Nuestro foco fueron la justicia electoral y los deberes ciudadanos, porque varias instituciones nos solicitaron apoyar la difusión. No fue tanto por iniciativa propia.

Métodos para fomentar el protagonismo juvenil

Radio A

Los jóvenes participan sobre todo a través de mensajes y encuestas. No hemos logrado aún que formen parte directa de la producción de los programas.

Radio B

Contamos con un espacio donde estudiantes pueden enviar audios con opiniones breves. Es lo que más funciona, pero todavía no hemos incorporado jóvenes como panelistas o productores.

Radio C

Tuvimos experiencias de talleres radiales con jóvenes, pero fueron actividades aisladas. Nos gustaría retomar ese formato, pero dependemos de apoyo institucional.

Integración de plataformas digitales y TIC

Radio A

Subimos algunos programas a Facebook y a veces a WhatsApp, pero no tenemos aún un sistema sólido de podcasts. Estamos empezando a aprender.

Radio B

Usamos redes sociales para compartir fragmentos de programas. Es nuestra principal vía digital. Las TIC ayudan, pero no tenemos personal fijo para gestionar esos contenidos.

Radio C

Creamos podcasts durante un periodo, pero luego dejamos de actualizar por falta de tiempo. Seguimos usando redes, aunque sin una estrategia definida para temas cívicos.

Principales barreras para revitalizar la educación cívica juvenil

Radio A

La mayor barrera es el presupuesto. No podemos destinar un equipo especializado a contenidos cívicos, y eso hace difícil sostener proyectos educativos.

Radio B

Diría que la capacitación del personal. Muchos comunicadores no tienen formación en educación cívica, y eso limita la calidad de los contenidos.

Radio C

El desafío principal es la audiencia joven. Consume mucho más contenido digital que radio. Para atraerlos necesitaríamos una estrategia multimedial que hoy no podemos financiar.

DISCUSIÓN

En cuanto a la tendencia y percepción de la formación cívica, se observa una dicotomía fundamental: mientras que la mayoría de los estudiantes valora positivamente la educación cívica, esta valoración no se traduce en una relevancia para la radio como medio de consumo. Esta desconexión se explica a través de la Segunda Brecha Digital y, específicamente, la Brecha de Habilidades (*Skills Divide*). La brecha actual ya no se define por el acceso físico, sino más bien por la calidad del uso y las competencias digitales que permiten a los jóvenes apropiarse de la información (Villao Salinas & Matamoros Dávalos, 2024). Así, pues, la radio, al persistir en formatos obsoletos y no adaptarse a las dinámicas del entorno digital (como el *podcast* o las redes sociales), ofrece un resultado de baja utilidad, lo que provoca su descarte. Por consiguiente, la preferencia masiva por los medios digitales (44% considera que son más útiles) subraya que los jóvenes buscan iniciativa y control en el consumo de noticias cívicas (Catalina-García y otros, 2015). De este modo, los medios digitales facilitan la alfabetización digital y mediática (García-Ruiz, R. & Pérez-Escoda, A. (2019). permitiéndoles seleccionar, contrastar y generar opiniones, competencias cruciales que la naturaleza unidireccional de la radio tradicional no logra promover.

El nulo consumo de radio y el rechazo activo a la participación a través de este medio, confirmados por el alto porcentaje de desacuerdo con escucharla semanalmente (36.3% totalmente en desacuerdo), se explican por dos fenómenos convergentes: el Desplazamiento Medial y la deficiencia en el Paradigma Comunicación-Educación. Los jóvenes están inmersos en una cultura de la "Socialización Ascendente", donde ellos son los conductores (*drivers*) en el uso mediático, prefiriendo la actividad multimedia e interactiva. En consecuencia, la radio es percibida como un medio pasivo que ha sido desplazado de su rol informativo en favor de las redes sociales, donde el acceso a las noticias suele ser incidental (Merino Malillos).

A mayor abundamiento, los hallazgos cualitativos revelan que el modelo de las emisoras es meramente informativo y no educativo, lo cual es un factor determinante. En este sentido, la literatura académica establece que la ciudadanía digital no es inclusiva sin un enfoque de

Comunicación-Educación (C-E) que promueva la libre expresión y la activa participación. (Morduchowicz, 2022) Por lo tanto, al no lograr la colaboración y el intercambio de conocimientos y al limitar el protagonismo juvenil a formatos mínimos, la radio es incapaz de fomentar la cultura participativa necesaria para la formación cívica.

Por otro lado, el bajo nivel de participación práctica y la inseguridad cívica de los estudiantes confirman el débil impacto del medio radial, contrastándose con las teorías del Capital Social Cívico y la Participación en Redes (*Networked Participation*). El fracaso de la radio como motor cívico radica en su incapacidad para generar lazos de confianza y facilitar la participación en red, elementos fundamentales del Capital Social (Urteaga, 2013) A modo de ilustración, el alto nivel de inseguridad para interpretar información cívica (45.7% en desacuerdo) y la baja participación práctica (sólo 6.8% de total acuerdo) confirman que la falta de consumo de calidad no está logrando generar dicho Capital Social Cívico. Un medio que no provee información clara y que no motiva simplemente no puede ser un nodo en las redes de participación juvenil (Merino Malillos). Catalina-García y otros, (2015) señalan que es evidente que la participación juvenil se desarrolla prioritariamente en el entorno digital y las redes sociales donde la exposición a la información se correlaciona con un aumento de la atención y la participación política. Por todo lo anterior, la radio no está incidiendo en la esfera cívica porque no ha conseguido migrar su función de intermediación a las plataformas donde se generan los nuevos lazos de confianza y pertenencia que estimulan el Capital Social en la era digital.

CONCLUSIONES

Los estudiantes universitarios demuestran un interés y una valoración significativa hacia la formación cívica, esta actitud positiva se disocia completamente de las estrategias radiales como medio efectivo para su consumo y promoción. Las radios han perdido su capacidad de incidencia en la ciudadanía juvenil, lo cual no es un signo de apatía, sino el resultado de un profundo desacople estructural entre la oferta mediática y las demandas de la audiencia joven.

Este fenómeno se explica por la manifestación de la Segunda Brecha Digital. El desafío ya no es que los estudiantes tengan o no acceso a la información, sino la calidad del uso y las habilidades que desarrollan. La radio, al ser percibida como un medio pasivo y unidireccional, no satisface la necesidad de control, iniciativa y retroalimentación que los jóvenes ejercen en las plataformas digitales. Esta preferencia por lo digital se debe a que facilita la alfabetización y el empoderamiento mediático, permitiendo la selección y el contraste de información de manera activa.

La ineficacia de la radio como motor cívico se debe a un doble déficit. Por un lado, sufre un Desplazamiento Medial ante la Convergencia, al no lograr migrar su función de intermediación a formatos interactivos como el podcast o las redes sociales. Por otro lado, presenta un déficit estratégico, pues su modelo se limita a la comunicación informativa y carece de la intencionalidad

pedagógica necesaria para transformarse en un agente de Comunicación-Educación. Los propios directivos confirman que la inclusión de temas cívicos es esporádica y no metodológica, lo que impide la generación de un impacto duradero.

En consecuencia, la radio fracasa en su función cívica porque no logra generar Capital Social Cívico. Al limitar el protagonismo juvenil a una participación superficial y al no construir lazos de confianza o redes de acción en las plataformas donde los estudiantes interactúan, la radio se autoexcluye de la esfera donde la juventud desarrolla su participación práctica y compromiso.

Los resultados de la investigación apoyan y validan por completo la hipótesis de que se implementan escasamente y poco sistemáticas estrategias comunicacionales radiales que integren la participación juvenil y el enfoque de comunicación-educación, con un efecto positivo nulo en la revitalización de la educación cívica.

Se demuestra, por lo tanto, que la ineficacia del medio es la consecuencia directa de una debilidad estratégica institucional. La conclusión fundamental es que la revitalización de la formación cívica universitaria pasa necesariamente por la adaptación digital, la profesionalización pedagógica de los equipos de comunicación y la integración de estrategias que promuevan la co-creación y el protagonismo juvenil en entornos de red, superando las barreras presupuestarias y la inercia del modelo tradicional.

Ante estos resultados, que señalan la desconexión de la radio y la validación de un déficit estratégico, se hace necesario plantear acciones. En primer lugar, la radio debe abandonar su modelo reactivo e informativo para adoptar de manera urgente el enfoque de Comunicación-Educación, lo cual implica diseñar una estrategia de contenidos cívicos intencionada y continua que fomente el diálogo y el protagonismo juvenil, y no solo reaccionar a coyunturas electorales. En segundo lugar, para superar el Desplazamiento Medial, es esencial migrar de forma decidida a la Convergencia Medial, lo que significa desarrollar un sistema robusto de podcasts y clips optimizados para redes sociales, pues solo así el contenido podrá competir en accesibilidad y formato con las plataformas digitales preferidas por los estudiantes.

REFERENCIAS

- Botero Caicedo, Y. A., Vergara Guerra, D. d., & Vasquez Gomez, K. S. (2024). Retos y tensiones sobre la formación ciudadana en Latinoamérica para la movilización social: una revisión general con miras al caso colombiano. *Saberes y prácticas. Revista de Filosofía y Educación*, Vol. 9(núm. 1), 1-15. <https://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/saberesypracticass/article/download/7211/6396/38153>
- Catalina-García, B., García Jiménez, A., & Montes Vozmediano, M. (2015). Jóvenes y consumo de noticias a través de Internet y los medios sociales. *Historia y Comunicación Social*, Vol. 20(núm. 2), 601-619. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5301508>
- Chimbo Larco, M. E. (2025). Análisis comparativo de las estrategias de transformación digital en radios cuencanas. *Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación*. Cuenca, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana. Sede Cuenca. Carrera de Comunicación. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/30705/1/UPS-CT012179.pdf>
- García-Ruiz, R., & Pérez-Escoda, A. (2019). Empoderar a la ciudadanía mediante la educación en medios digitales. *Hamut'ay*, Vol. 6(núm. 2), 7-23. <http://dx.doi.org/10.21503/hamu.v6i2.1771>
- Guerrero Valarezo, S. L., Rodríguez Castillo, N. E., Pereira Salcedo, J. R., Ruiz Quezada, K. M., Ulpo Carangui, A. K., Salcedo Pinela, Á. V., . . . Merchán Freire, J. L. (2025). Radio Digital Comunitaria y Desarrollo Local: Cocreación Socioeducativa para la Alfabetización Digital y la Participación Ciudadana. *Multidisciplinary Journal of Sciences, Discoveries, and Society*, vol. 2(núm. 4), 1-13. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10304443>
- Merino Malillos, L. (s.f.). Jóvenes en redes sociales: significados y prácticas de una sociabilidad digital. *Revista de Estudios de Juventud*, Vol. 11(núm. 95).
- Morduchowicz, R. (enero de 2022). Adolescentes, participación y ciudadanía digital. *Revista Latinoamericana de Políticas y Administración de la educaco*, Año: 8(múm. 15), 148-150.
- Naciones Unidas. (13 de Febrero de 2025). *Una radio para hablar sobre cambio climático desde la perspectiva de la justicia*. Noticias ONU. Mirada global Historias humanas: <https://news.un.org/es/story/2025/02/1536426>
- Navarro Nicolettia, F. (2023). Radios comunitarias, populares y alternativas en Bariloche: rol sociopolítico, configuración de identidad y ciudadanía. *Signo y Pensamiento*, 42, 2027-2731. <https://doi.org/https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp42.rcpa>

- Orellana Fonseca, C. E., & Muñoz Labraña, C. (2019). Escuela y Formación ciudadana: Concepciones de ciudadanía, formación ciudadana y del rol de la escuela. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, Vol. 22(núm. 2), 137--149. <https://doi.org/https://doi.org/h8mj>
- Ortiz-Herrera, M. D. (2016). La educación mediática. Ámbitos. *Revista Internacional de Comunicación*(31). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6349766>
- Pérez Bernal, J. C. (junio de 2021). La radio educativa y su papel en la radicalización de la democracia. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, vol. 21(núm. 40), 23-34. <https://doi.org/https://doi.org/10.22518/jour.cesh/2021.1a02>
- Pinargote López, J. L., Cobeña Arce, J. C., & Carrión, O. P. (2019). El rol de la radio comunitaria dentro de la comunicación digital. *Revista Cognosis*, Vol. 4(núm. 4), 45--58. <https://doi.org/https://doi.org/10.33936/cognosis.v4i4.2225>
- Portal Iznaga, N., Lara Pérez, F., Vaillant Lara, Y., Veitia Arrieta, I. J., & Pando Heras, A. M. (2023). Uso de Tecnologías de Comunicación e Información en Educación Cívica y Ciudadana. Capacitación Docente. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, Vol. 8(núm. 3), 212--220. <https://rccd.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/523>
- QuestionPro. (2025). *Calculadora Muestra*. <https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html>
- Ramos Ludeña, E. M. (2024). La radio comunitaria y la construcción de ciudadanía en el contexto de la globalización. *Revarte Colectiva*. <https://revarte.net/la-radio-comunitaria-y-la-construccion-de-ciudadania-en-el-contexto-de-la-globalizacion>
- UNESCO. (30 de abril de 2024). *Radio: El compromiso permanente de la UNESCO con la información y la comunicación*. <https://www.unesco.org/es/articles/radio-el-compromiso-permanente-de-la-unesco-con-la-informacion-y-la-comunicacion>
- Urteaga, E. (2013). La teoría del capital social de Robert Putnam: Originalidad y carencias. *Reflexión Política*, vol. 15(núm. 29), 44-60.
- Veitia Arrieta, I. J., Machado Bravo, E. M., & Ruíz Pérez, O. (2017). Formación protagónica del escolar primario como condición del desarrollo sostenible. *Dilemas contemporáneos. Educación, política y valores*, Vol. V(núm. 1), 1-21. <https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/476/407>
- Villao Salinas, I. N., & Matamoros Dávalos, Á. A. (julio de 2024). La brecha digital en la educación. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, Volumen V(Número 4), 1522-1539. <https://doi.org/https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2337>

Anexo 1 - Cuestionario de encuesta

Objetivo: Conocer la percepción de los estudiantes de la FCEAC-UNP sobre la tendencia de la educación cívica y si esta influye en su decisión al momento de votar o ejercer su derecho cívico.

Instrucciones: Por favor, marque con una "X" el grado de acuerdo o desacuerdo con cada afirmación, utilizando la siguiente escala:

1 = Totalmente en Desacuerdo (TD) | 2 = En Desacuerdo (ED) | 3 = Neutral (N) | 4 = De Acuerdo (DA) | 5 = Totalmente de Acuerdo (TA)

Tendencia y percepción de la formación cívica	Afirmación (Variable y Dimensión)	TD (1)	ED (2)	N (3)	DA (4)	TA (5)
1	La formación cívica recibida me prepara para comprender los problemas de Pilar.					
2	La radio (incluida la universitaria) es un medio relevante para mi formación cívica.					
3	Siento que la educación cívica es un tema prioritario en mi facultad.					
4	Los contenidos cívicos que consumo en medios digitales son más útiles que los tradicionales.					
5	Creo que el conocimiento cívico es esencial para mi desarrollo profesional.					
Consumo y acceso a contenidos cívicos	Afirmación (Variable y Dimensión)	TD (1)	ED (2)	N (3)	DA (4)	TA (5)
6	Escucho la Radio Universidad de Pilar al menos una vez a la semana.					
7	He escuchado en la radio programas que fomentan el debate sobre temas cívicos.					
8	Me interesa participar activamente en programas radiales que aborden problemas sociales.					
9	La radio me facilita información cívica más clara y accesible que otros medios.					
Influencia en la decisión y el ejercicio cívico	Afirmación (Variable y Dimensión)	TD (1)	ED (2)	N (3)	DA (4)	TA (5)
10	Mi nivel de conocimiento cívico me da seguridad al tomar decisiones políticas.					
11	Los debates o análisis cívicos que escucho en la radio influyen en mi decisión de voto.					
12	Siento que tengo las herramientas para fiscalizar o exigir cuentas a las autoridades.					
13	He participado en alguna acción cívica (protesta, debate, campaña) en los últimos 12 meses.					
14	Considero que el voto es la única forma de ejercer mi derecho cívico.					
15	La radio me motiva a ejercer activamente mis derechos cívicos y políticos.					

Anexo 2 - Guía de entrevista para directivos de radio

Objetivo: Conocer las estrategias que utiliza la Radio Universidad para la educación cívica de los jóvenes.

N.º	Pregunta (Estrategias de Comunicación y Enfoque)
1	¿Cuál es la estrategia central de la Radio Universidad para integrar contenidos de formación cívica dirigidos a los jóvenes?
2	¿Cómo define y aplica la emisora el enfoque de "Comunicación-Educación" en sus contenidos, diferenciándolo de la mera información?
3	¿Qué temas cívicos (derechos, justicia, equidad) han priorizado recientemente en su programación y por qué?
4	Describa los métodos que utilizan para fomentar el protagonismo juvenil (participación, producción) dentro de sus programas cívicos.
5	¿De qué manera la radio integra las plataformas digitales y las TIC (ej. podcasts, redes sociales) para amplificar el alcance de sus contenidos cívicos?
6	¿Cuáles son las principales barreras (presupuesto, capacitación, audiencia) que enfrenta la emisora al intentar revitalizar la educación cívica juvenil?