



## TÍTULO

**INFOGRAFÍA EDUCOMUNICATIVA DESTINADA A PROYECTO SOCIAL DE LA ASOCIACIÓN**

## AUTOR

**Luis Cazorla Gómez-Villaboa**

Tutora  
Instituciones  
Curso  
©  
©  
Fecha  
documento

**Esta edición electrónica ha sido realizada en 2023**

Dra. D<sup>a</sup>. Patricia de Casas Moreno

Universidad Internacional de Andalucía ; Universidad de Huelva

*Máster en comunicación y educación audiovisual*

*Luis Cazorla Gómez-Villaboa*

De esta edición: Universidad Internacional de Andalucía

2022



**Atribución-NoComercial-SinDerivadas  
4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)**

Para más información:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.en>



*INFOGRAFÍA  
EDUCOMUNICATIVA  
DESTINADA A PROYECTO  
SOCIAL DE LA  
ASOCIACIÓN*



Luis Cazorla Gómez-Villaboa  
Master Comunicación y Educación audiovisual 21/22  
Tutora: Patricia de Casas Moreno  
Asociación radio: EMA-RTV



# ÍNDICE

RESUMEN .....	7
1. INTRODUCCIÓN .....	9
1.1. Justificación y planteamiento del problema .....	10
1.2. Objetivos .....	11
2. MARCO TEÓRICO.....	13
2.1. La radio como proyecto de integración social .....	13
2.2. La educomunicación aplicada a la radio .....	15
3. CONTEXTO EMA-RTV.....	19
3.1. Análisis contexto actual: el proyecto EMA-RTV .....	19
3.1.1. Historia .....	19
3.1.2. Equipamiento y recursos humanos.....	19
3.1.3. Instalaciones y personal en la sede de Sevilla.....	21
3.1.4. Organigrama de la asociación .....	23
3.1.5. Base legal de la empresa .....	24
3.1.6. Servicios y funcionamiento .....	25
3.1.7. Redes sociales .....	26
3.1.8. Entidades colaborativas .....	26
3.1.9. Proyectos activos.....	29
3.1.10. Relación de la emisora de radio con otras emisoras.....	44
3.1.11. Premios y reconocimientos de EMA-RTV.....	45
4. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EDUCOMUNICATIVA .....	46
4.1. Metodología .....	49
4.2. Análisis DAFO .....	49
4.3. Bloques de programas.....	51
4.4. Recursos materiales, económicos y humanos .....	57
4.5. Evaluación .....	61
5. VALORACIONES FINALES .....	62
5.1. Conclusiones.....	62
5.2. Autovaloración crítica de las prácticas.....	63
5.3. Limitaciones y perspectivas futura de la propuesta .....	64
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	67
7. ANEXOS .....	70
7.1. Figuras y justificación gráfica .....	70
7.2. Cuaderno bitácora.....	75

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1: Análisis DAFO EMA-RTV .....	50
Tabla 2: Acciones de mejora bloque 1 .....	53
Tabla 3: Acciones de mejora bloque 2 .....	54
Tabla 4: Acciones de mejora bloque 4 .....	55
Tabla 5: Acciones de mejora bloque 4 .....	56
Tabla 6: Material para la puesta en marcha de un podcast profesional.....	58
Tabla 7: DÍA 1 Prácticas .....	75
Tabla 8: DÍA 2 Prácticas .....	76
Tabla 9: DÍA 3 Prácticas .....	77
Tabla 10: DÍA 4 Prácticas .....	78
Tabla 11: DÍA 5 Prácticas .....	78
Tabla 12: DÍA 6 PRÁCTICAS.....	79
Tabla 13: DÍA 7 Prácticas .....	80
Tabla 14: DÍA 8 Prácticas .....	81
Tabla 15: DÍA 9 Prácticas .....	81
Tabla 16: DÍA 10 Prácticas .....	82
Tabla 17: DÍA 11 Prácticas .....	83
Tabla 18: DÍA 12 Prácticas .....	83

Figura 1: Equipamiento EMA-RTV. ....	20
Figura 2: Infraestructuras EMA-RTV. ....	20
Figura 3: Equipo humano EMA-RTV. ....	21
Figura 4: Instalaciones EMA-RTV. ....	21
Figura 5: Personal EMA-RTV. ....	22
Figura 6: Organigrama EMA-RTV. ....	24
Figura 7: Entidades colaborativas. ....	29
Figura 8: 19J: Elecciones Andaluzas. ....	30
Figura 9: Nuevas masculinidades, hombres en positivo. ....	30
Figura 10: Andalucía de Este a Oeste. ....	31
Figura 11: VIH-SIBLES. ....	31
Figura 12: Gasolinera, expositor de músicas actuales. ....	32
Figura 13: Gasolinera, expositor de musicas actuales. ....	32
Figura 14: Voces por la cooperación. ....	33
Figura 15: Andalucía es diversa ....	33
Figura 16: En la tierra del Edén. ....	34
Figura 17: El futuro es nuestro. ....	34
Figura 18: Legislación audiovisual. ....	34
Figura 19: Voces para la integración. ....	35
Figura 20: Radio Agora. ....	35
Figura 21: Mayores en la onda. ....	36
Figura 22: Activas tus sentidos. ....	36
Figura 23: Ponle voz a los cuidados. ....	37
Figura 24: Andalucía contra la violencia hacia la mujer. ....	37
Figura 25: ¡QUE NO TE LA CUELEN!.....	38
Figura 26: Mundo finito. ....	38
Figura 27: Andalucía voluntaria. ....	39
Figura 28: Respect Words. ....	39
Figura 29: Infografía para actividad 29 mayo. ....	47
Figura 30: Cartel para el día mundial sin tabaco. ....	48
Figura 31: Materiales. ....	58
Figura 32: Cartel alternativo día sin tabaco. ....	70

Figura 33: Infografía beneficios dejar de fumar.....	71
Figura 34: Entrada a los módulos. ....	72
Figura 35: Sala de reuniones y trabajo. ....	72
Figura 36: Esquema de tareas y vistas al exterior. ....	73
Figura 37: Trabajo para redacción.....	73
Figura 38: Sala edición.....	74

## AGRADECIMIENTOS

Son muchas las personas que se han implicado y contribuido al desarrollo del presente trabajo. Primeramente, quiero agradecer a la Universidad de Huelva y a la Universidad Internacional de Andalucía el hecho de habernos dado la oportunidad de vivir una experiencia educomunicativa dentro de una entidad, así como la formación que nos ha proporcionado en esta metodología no tan sólo para aplicarla a nivel laboral, sino que a integrarla en nuestro día a día.

También quiero dar las gracias a todos mis compañeros del Máster Universitario en Comunicación y Educación Audiovisual de la promoción 2021/2022, compañeros con los cuales he vivido aventuras que no olvidaré nunca. Especialmente quiero agradecer a José Alberto Gallardo Sánchez y a M. Pilar Villarejo Rodríguez, compañeros tanto del máster como de la asociación EMA-RTV, los cuales me han apoyado y ayudado constantemente durante las prácticas.

Finalmente, agradecer a mi tutora Patricia de Casas Moreno, que ha mejorado sin duda alguna la estructura y gramática de todo el trabajo a través de sus recomendaciones y correcciones.



## RESUMEN

El fin de este documento es reflejar el trabajo educomunicativo y social, que realiza EMA-RTV a través del compromiso social y participativo. El empoderamiento de la ciudadanía y la inserción de colectivos desfavorecidos en medios comunitarios son los valores y fundamentos, que la asociación promueve mediante contenido audiovisual principalmente radiofónico. La capacidad y el alcance que tiene, gracias a las múltiples emisoras y ayuntamientos con las que trabaja, otorga a EMA-RTV el poder crear espacios donde visibilizar temáticas actuales y situaciones desfavorecidas que en otros medios no tienen voz ni oportunidad. Sin duda, la estandarización de los medios contemporáneos crea una comunicación prácticamente de sentido único, dónde el receptor queda relegado a un papel absolutamente impasible, con una función indiferente. El gran logro de la asociación es romper con esto mediante la participación ciudadana y la búsqueda de un cambio social. Por ende, el presente trabajo contiene una propuesta, que expande uno de los programas activos de EMA-RTV, el proyecto de prevención de drogas *Activa tus sentidos*. Se trata una propuesta, que sigue una metodología educomunicativa, empleando la creación de infografías y cartelera para la difusión de proyectos de la asociación a través de redes sociales. A su vez, integra un programa de podcast con temática de prevención y ayuda ante el consumo de drogas. Dicho podcast expande el proyecto *Activa tus sentidos* y complementa los productos audiovisuales que se realizan. A través de esta experiencia se ha colaborado con el propósito social y comunitario que tiene la asociación, trabajando por pares en pro de visibilizar el trabajo de la asociación y promover sus proyectos activos.

**PALABRAS CLAVE:** radio social, educomunicación, emisora comunitaria, compromiso, participación ciudadana, democratización radiofónica.

## **ABSTRACT**

The purpose of this document is to reflect the educational-communicative and social work carried out by EMA-RTV through social and participatory commitment. The empowerment of citizens and the insertion of disadvantaged groups in community media are the values and foundations that the association promotes through audiovisual content, mainly radio. The capacity and reach that EMA-RTV has, thanks to the multiple radio stations and city councils with which it works, allows it to create spaces where current issues and disadvantaged situations that have no voice or opportunity in other media can be made visible. Undoubtedly, the standardization of contemporary media creates a practically one-way communication, where the receiver is relegated to an absolutely impassive role, with an indifferent function. The great achievement of the association is to break with this through citizen participation and the search for social change. Therefore, the present work contains a proposal that expands one of EMA-RTV's active programs, the drug prevention project *Activa tus sentidos*. It is a proposal that follows an educommunicative methodology, using the creation of infographics and posters for the dissemination of the association's projects through social networks. At the same time, it integrates a podcast program with themes of prevention and help in the face of drug use. This podcast expands the project *Activa tus sentidos* and complements the audiovisual products that are made. Through this experience, we have collaborated with the social and community purpose of the association, working in pairs to make the association's work visible and promote its active projects.

**KEYWORDS:** social radio, educommunication, community radio station, commitment, citizen participation, democratization of the radio.

## 1. INTRODUCCIÓN

Para entender el impacto social que tiene la radio, es vital concebirlo como un instrumento de comunicación, capaz de otorgar voz a aquellos que no la tienen. El humano siempre ha sido un ser, que a través del lenguaje se ha empoderado, independientemente, de haber convivido con este medio informativo. La comunicación meramente oral ha calado en los pilares de todas las sociedades, siendo, sin duda alguna, una de las columnas de la comunicación social. En este sentido, McLuhan (s.f.) señala que "la radio afecta a la gente de una forma muy íntima, de tú a tú, y ofrece todo un mundo de comunicación silenciosa entre el escritor-locutor y el oyente".

El llevar esta comunicación a las ondas de la radio, otorga un abanico de posibilidades muy amplio. Y, es que este medio es uno de los que más cooperación necesita. Más allá de lo técnico, el vínculo que se puede crear entre locutor y espectador puede ser muy fuerte. En muchas ocasiones se crea un puente, que rompe las barreras entre espectador y locutor, ya que se invita abiertamente a la participación de la comunidad, creando debates, que difícilmente se ven en otros medios. Las investigaciones del tercer sector de la comunicación consideran este medio comunitario como un espacio donde fomentar los aprendizajes socioemocionales (Lewis & Mitchell, 2014). La radio es cooperación, y es sin duda un mecanismo de desarrollo para toda la comunidad (Villanueva, 2018).

Los acelerados cambios tecnológicos y el alza de las redes sociales han afectado al desarrollo de la radio como instrumento de comunicación. Actualmente, sigue una tendencia mediante la cual adopta la espontaneidad de los medios digitales vistos en redes. Esto representa compaginar el acceso a la radio mediante plataformas de streaming. Lo cambiante y lo incierto de las tendencias actuales, es el hecho que hace que los medios, que consumimos sean tan inestables. En cualquier momento, cabe la posibilidad de que aparezcan nuevos formatos y, poco a poco, se vaya relegando a un segundo plano a aquellos más tradicionales. Sin embargo, el increíble perfil de la radio la hace única y, aparentemente, soporta todos los cambios sociales, que se han vivido a lo largo de toda su historia. Es la independencia y la libertad la que la hace un medio tan especial que sobrelleva el paso del tiempo (Uriarte, 2007).

Los estímulos que logra transmitir la radio han despertado el interés, ya que se puede exportar el conocimiento de este sector a la docencia. El conocer las diversas actividades, que se pueden realizar con las diversas emisoras abiertas, otorgan la oportunidad ideal para formarse en valores positivos como, por ejemplo, ayudar a la comunidad y organizar un pensamiento respetuoso con los demás, así como contribuir a la difusión de proyectos y valores. Por este motivo, es primordial comprender y analizar el compromiso educomunicativo, que la Asociación de Emisoras Municipales y Comunitarias de Andalucía de Radio y Televisión (EMA-RTV) fomenta. Se trata de un proyecto social muy interesante en cuanto a valores de educación y comunicación se refiere. El trabajar sin ánimo de lucro denota el valor humano de aquellos, que hacen posible que exista esta asociación, y es que la aportación humana y el esfuerzo técnico es tal que apoya a más de cien centros de emisoras en toda Andalucía.

### 1.1. Justificación y planteamiento del problema

La Asociación de Emisoras Municipales y Comunitarias de Andalucía de Radio y Televisión (EMA-RTV) se caracteriza por la labor que desarrolla en el contexto social comunitario. Esta entidad, sin ánimo de lucro el medio tiene como objetivo velar por el bienestar de la comunidad. En este sentido, atendiendo a las acciones llevadas a cabo por la asociación, es necesario extraer una serie de conclusiones, combinado junto a un análisis de los puntos débiles y fuertes con el objetivo de implementar propuestas de mejoras en el ámbito educomunicativo.

El fortalecer la calidad del contenido de la asociación es el fin del presente Trabajo Final de Máster (TFM). Por ello, es necesario dar a conocer el contexto social y su relación con la radio para fomentar la creación de una conciencia colectiva en la que se expanda la existencia de las diversas emisoras, que la asociación engloba. El compromiso con la ciudadanía, el esfuerzo por crear una mejor comunidad y la cobertura, que realiza sin ánimo de lucro, empodera al individuo que se ve desfavorecido. Este formato resulta completamente educativo y con unos valores muy marcados por la paz y la libertad, así como el separarse de los medios de comunicación tradicionales, que menosprecian al espectador, siendo la independencia del ciudadano muchísimo mayor.

La importancia que se le da a la comunicación es un punto clave, pues no simplemente estamos hablando de que se dé cobertura a grandes localidades. EMA-RTV también se preocupa por llegar a aquellos lugares más rurales, que en ocasiones no poseen un medio local. La proporción comunicativa que la entidad alcanza es enorme por tener en cuenta, no sólo a los mayores enclaves como son las ciudades importantes, si no que busca cubrir también zonas rurales pequeñas, que difícilmente gozan de poder expresarse a través de los diversos medios de comunicación.

La asociación también se compromete tecnológicamente para llegar a todos los ciudadanos. Este punto se convierte en la piedra angular del proyecto educomunicativo de la asociación, y es que esto cobra muchísimo más sentido al ser conscientes de la brecha digital, que se produce en nuestra sociedad. Es por ello, que se vela por un buen uso de los avances tecnológicos y los diversos formatos, que hoy en día tenemos a nuestra disposición. Desde los medios más punteros y digitales, como la difusión por las redes sociales, hasta los medios más tradicionales actualizados para poder llevar a cabo una experiencia enriquecedora, como es, por ejemplo, la realización de congresos o talleres.

## 1.2 Objetivos

El presente Trabajo Final de Máster (TFM) tiene un objetivo general diseñar una propuesta de infografías combinada con la creación de un podcast con el fin de implementar la visibilidad de EMA-RTV, así como conocer el compromiso educomunicativo de la asociación y colaborar con el proyecto social, que promueve.

Por otro lado, los objetivos específicos son:

- Comprender el uso de la radio como herramienta de comunicación social.
- Catalogar los puntos clave que hacen que la radio persista como uno de los medios de comunicación social más importantes a pesar de los constantes cambios en los medios contemporáneos.
- Repasar la historia y la trayectoria de la radio social.

- Diagnosticar los puntos fuertes y débiles de la asociación para contribuir a la mejora de las emisoras.
- Difundir los valores que promueven los proyectos sociales de la asociación.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1. La radio como proyecto de integración social

A lo largo de la historia de la humanidad, siempre se ha hablado de inventos, que han marcado un antes y un después en cuanto a transmisión de conocimientos se refiere. Uno muy claro es la invención de la imprenta por Gutenberg, momento que marcaría un antes y un después en la forma de comunicarse del ser humano (Blanco, 2007). No obstante, la radio posee un precursor, que ha estado desde los inicios del hombre, se trata la comunicación oral, es algo que forma parte de todos los grupos humanos, desde el simple gesto hasta el arte como la música (Maldonado & Willman, 2009).

Aquello que conocemos como ideas, pensamientos, opiniones... son conceptos que no tendrían cabida sin la comunicación, que ejerce el papel de proceso de transmisión de la información. La comunicación oral resulta más estimulante que la escrita. Esto se debe al poder de convicción que tiene el lenguaje hablado, y es que la radio es sin duda el refuerzo de la palabra. Esto crea un vínculo entre receptor y emisor, especialmente, gracias al compromiso que se logra crear entre ambas partes. Por ello, se convierte en una herramienta poderosa para llevar a cabo acciones educativas y de compromiso social (Martínez & Alfonso, 2004).

En este plano hay que entender el camino, que ha seguido la radio desde su desarrollo en el siglo XX hasta la función, que desarrolla actualmente en el siglo XXI. A pesar de haber sido un medio que ha aguantado la llegada de nuevos medios, es sin duda, un medio cuya trayectoria en el siglo pasado ha caído en el olvido de forma indebida. La oralidad es lo que aporta poder y fuerza a la radio, el significado de las palabras y, sobre todo, el cómo transmitir las. Sin duda, tienen la capacidad de hacer que un locutor pueda realizar un amplio uso del vocabulario, ya sea mediante discursos, debates, elogios, argumentos, insultos, entre otros, todo para enganchar y persuadir a la audiencia. Es la fugacidad de las palabras lo que mantiene viva a la radio, una capacidad innata en el humano proveniente de la comunicación oral, que hemos llevado desde nuestros inicios a cabo, siendo después de todo lo efímero de las palabras lo que atrae al oyente (Rodas-Soto & Celleri-Aveiga, 2017).

La capacidad de la radio para imponerse ante situaciones adversas es lo que consigue que sea un medio idóneo para adaptarse en momentos de crisis. En España lo hemos visto en numerosas ocasiones, prueba de ello, es la reciente pandemia de Covid-19. Esto se debe a que, después de todo, el despliegue técnico de la radio es simple y rápido. Tiene el don de poder responder ante situaciones complicadas de forma prácticamente inmediata, permitiendo saber que está pasando y cómo nos vemos afectados ante ciertas situaciones. Asimismo, crea una demanda de consumo, que supone un aumento de la audiencia. A pesar de que los hábitos de escucha hayan cambiado con el transcurso de los años, la radio se posiciona como un medio creíble (Rodero-Antón, 2020).

A su vez, la radio posee un factor psicológico, que la diferencia por completo del resto de medios de comunicación. La radio transmite la sensación de estar acompañado, el individuo no se siente en soledad y siente estar en presencia de otros a pesar de que tan solo escuche voces a través del medio (Perse & Courtright, 1993). La sensación es similar a mantener una conversación con el presentador. Esto hace que a pesar de su simplicidad, sea un medio muy creativo en la que establece una relación de confianza entre el locutor y el oyente.

En una sociedad totalmente dominada por la transversalidad de la tecnología, como elemento clave de nuestro día a día, la radio se presenta como una posibilidad actual para combatir la brecha digital. Es un hecho que la desigualdad para acceder a los recursos propiciados por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) es un obstáculo. La radio es capaz de dar voz y potenciar el mensaje, que desean transmitir a aquellos que se encuentran en riesgo de inclusión social (Cortés-Fuentes & Correyero-Ruiz, 2016). Sin duda, la radio supuso una herramienta ideal para otorgarle al ciudadano una oportunidad de ejercer como prosumidor, especialmente, referido a la radio en los últimos años y, sobre todo, la radio en Internet, dónde la utilizamos como instrumento para dar visibilidad a nuestros pensamientos y realidades cotidianas (Sabés-Turmo & Parra-Valcarce, 2014).

Es necesario comprender el funcionamiento social de los medios de comunicación, puesto que siempre han estado en estrecho contacto con la sociedad, y es que hay que entender que una de sus funciones es manipuladora. Poseen la capacidad para crear influencia en el individuo y orientar el mensaje a manipular a



merced del medio consumido. A su vez, otra función relacionada es la capacidad de movilización que tienen los mensajes de los medios, orientando a una conducta determinada (Real-Adame, Martín-Pena & Parejo-Cuéllar, 2020).

La radio digital es una plataforma idónea para encajar el concepto de participación y empoderar a las personas con discapacidad y en riesgo de integración social. Permite la participación en redes, el intercambio de experiencias y de información y la creación de puntos de encuentro (Jiménez-Lara, 2009). Pese a las posibles dificultades, que puedan experimentar estos usuarios por la carencia de oportunidades, el tomar conciencia de sus capacidades y el participar con la misma soltura y posibilidades resulta una forma de integrarlos idónea (Contreras-Pulido & Aguaded, 2012).

En este medio en el que siempre se debe tener en cuenta al receptor, las funciones, que se desempeñan son tres: formar, informa y entretener. Posteriormente, desde la función cultural, contemplamos diversos apartados, ya que existen múltiples posibilidades. La radio debe ser un reflejo de la cultura contemporánea, así como lograr interrelacionar los diferentes ámbitos de la cultura para provocar un acercamiento entre ellas, y de esta forma, estimular la propia creación, ya sea literaria, artística o científica. La radio debe recoger hechos culturales de la historia, que aún se conservan y transmitir, fomentar y difundir lo cotidiano, así como contribuir con otros pueblos para acercar posiciones (Moreno-Espinosa, 2005).

Las posibilidades de participación y el proceso de cambio que buscan promover las radios de carácter comunitario hacen que tenga un nivel de accesibilidad muy horizontal, empoderando a colectivos otorgándoles identidad propia (Rodríguez, 2010). En suma, el retransmitir contenido de calidad teniendo en cuenta al prójimo, independientemente de su situación, contribuye a mejorar notablemente el nivel cultural, lo que nos convierte en una sociedad mejor más abierta e inclusiva.

## 2.2. La educomunicación aplicada a la radio

Prácticamente desde el inicio de la radio y, su posterior desarrollo a lo largo del siglo XX, este medio ha tenido un acercamiento al campo de la educación. Como ejemplo, tenemos a instituciones estudiantiles en Europa y América, de carácter universitario, que ya a finales de los años veinte usaban la radio. Pese ello, esto no

implica que el uso de la radio para este fin educomunicativo haya sido el indicado a lo largo de este siglo, y es que, de hecho, hasta hace tiempos recientes ha estado muy alejada de las aulas (Moreno-Espinosa, 2005). En palabras de Aguaded (1993, p.85), “ni los profesionales del medio han comprendido las particularidades del mundo docente, ni la escuela ha sabido integrar los valores educativos de este medio sonoro”.

Esta tardanza es claramente un error, pues la radio ha demostrado que favorece el trabajo en grupo y la motivación del alumnado, ya que las actividades se realizan para tratar temas transversales y los acerca a una perspectiva más crítica acercada a la actualidad (Blanco, 2002). Y es que, desde los principios de la radio, ha sido vinculada a proyectos educativos, y no tan sólo en España y el continente europeo, si no que en países americanos. Surge como un medio de comunicación alternativo al comercial con la llamada responsabilidad social universitaria (González-Conde, 2003).

Para entender las funciones sociales de estas radios universitarias surgidas a la par que la radio comercial, es necesaria entenderlas como un complemento de la formación y comunicación universitaria, enlazando las funciones tradicionales de la universidad con la transferencia de conocimientos universitaria, que consiste en formar al alumnado, investigar y el intercambio de información. Nacen por tanto con una función social en defensa a los intereses ciudadanos, utilizando la sensibilidad universitaria y el pensamiento crítico para convertirse en transmisores de la palabra universitaria y promoviendo la divulgación científica a través del debate. Su fin es democratizador y social, pues ante todo tienen como preocupación principal el transferir conocimiento y mostrarse diferenciada de la radio comercial, esto la convierte en una radio más solidaria que trabaja en equipo (Pena & Giorgi, 2019).

El trabajo cubierto por la radio universitaria desde las primeras décadas del siglo pasado ha cubierto áreas variadas como lo es la ingeniería, la geoquímica, geofísica, psicología y sociología. Sin embargo, es destacable el mencionar que el ámbito educomunicativo no inicia investigaciones hasta finales de los sesenta. Sin embargo, es en los años noventa cuando despegaba esta temática. Esto se debe a que a finales de los noventa es cuando surgen nuevos recursos TIC como es el increíble avance en Internet (Lazo et al. 2020).

A las radios de las diversas universidades hay que entenderlas como emisoras, que no pertenecen a la Administración estatal, autonómica o local. Hay que recordar que, después de todo, están fuera del plano comercial. Ello establece que la piedra angular de sus principios y fundamentos sea el crear un puente entre la emisora universitaria y el ciudadano, de forma constante y con trabajo dedicado al cambio social (López-Vidales, Rubio & Lera, 2016).

La educomunicación hay que entenderla como un modelo que lo que busca es concienciar y fomentar un análisis crítico de los mensajes, que transmiten los medios a través de los medios de comunicación, creando una educación en la ciudadanía y emprendiendo una serie de acciones con componente educativo para que el receptor aprenda de forma, tanto directa como indirecta. Todo ello no quiere decir que sea una oposición al consumo comercial o mediático, si no que trabaja en conjunto a ellos para crear una conciencia ética a la vez que educa. Es una visión en la que lo comunitario y la interculturalidad buscan garantizar la creación de espacios seguros en los que se inserte a los más desfavorecidos y se cree rechazo hacia situaciones de discriminación en pro a construir una ciudadanía unida e intercomunicada para crear justicia y condiciones de vida igualitarias (Rodas-Soto & Celleri-Aveiga, 2017).

Entendemos entonces que la educomunicación tiene como fin formar a la ciudadanía. Es necesario comprender que hacer radio con un paradigma educomunicativo no quiere decir que las obras creadas consistan únicamente en programas de carácter educativo. Se trata de un error y una confusión pensar que es su único fin, ya que el contenido debe ser uno interesante para el ciudadano y que aporte al conocimiento, dándole voz e inventando a la implicación (Andrade-Martínez, 2020). Por ello, existen diversas formas de transmitir contenido a través de los múltiples géneros y formatos. Para hacerlo de forma educomunicativa, primero, hay que darle un vistazo a la forma clásica de hacer radio por parte de emisoras comerciales, que consiste en clasificarlo en diversos bloques de contenido:

- Informativos: programas de transmisión de información y actualidad en los que hay entrevistas, reportajes, informativos a través de boletines, etc.

- Ocio: programas de diversa índole que tratan desde la música, tertulias, programas de deportes, programas de cultura, ...
- Participativos: ciertos espacios cuentan directamente con la participación del oyente, siendo que se realiza una conexión telefónica con el mismo.

Teniendo en cuenta estos enfoques, para hacer radio educomunicativa hay que condensar y unificar esta variedad de formatos e introducir el lado investigador que caracteriza a la educomunicación, así como tener en cuenta problemas de ámbito local. En palabras de Rodas-Soto y Celleri-Aveiga (2017), ejemplifica como realizar un enfoque educomunicativo, en caso de suceder un accidente de tráfico se pueden explicar los peligros del exceso de velocidad o no respetar las normas de tránsito, o si se da una notificación sobre futuras elecciones de representantes se pueden dar parámetros sobre cómo, dónde y que es necesario para llevar a cabo el escrutinio.

## 3. CONTEXTO EMA-RTV

### 3.1. Análisis contexto actual: el proyecto EMA-RTV

#### 3.1.1. Historia

EMA-RTV surge en 1984, convirtiéndose automáticamente en la mayor red de comunicación pública local en toda España. Nace a raíz de la inquietud y valores, que posee el pueblo andaluz, valores como el altruismo o la voluntad municipalista. Y, es que se trata de una asociación sin ánimo de lucro, que integra cerca de 100 ayuntamientos andaluces y centros emisores con carácter comunitario. El objetivo, que persigue es atender a las demandas de comunicación, incluyendo a los que sufren la brecha digital y quedan excluidos del ámbito comunicativo, incluyendo en su carta de servicios una amplia agenda mediática relacionada con poblaciones rurales (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f).

Este año 2022 EMA-RTV cumple 38 años, y se postula a día de hoy como una asociación, que defiende los valores de libertad y comunicación con los que surgió, con el ahínco de progresar aumentando sus servicios y el número de emisoras a las que asiste.

#### 3.1.2. Equipamiento y recursos humanos

La asociación EMA-RTV ha ido evolucionando acorde a las tecnologías. Desde 1984 hasta hoy, han sufrido gigantescos cambios, que han necesitado procesos de adaptación por parte de cualquier clase de empresa. EMA-RTV ha incrementado y buscado posibilitar esta transición tecnológica para estar al frente y posicionarse como un referente dentro del sector de la comunicación. En la actualidad posee el siguiente equipamiento para realizar las tareas audiovisuales (Figura 1):

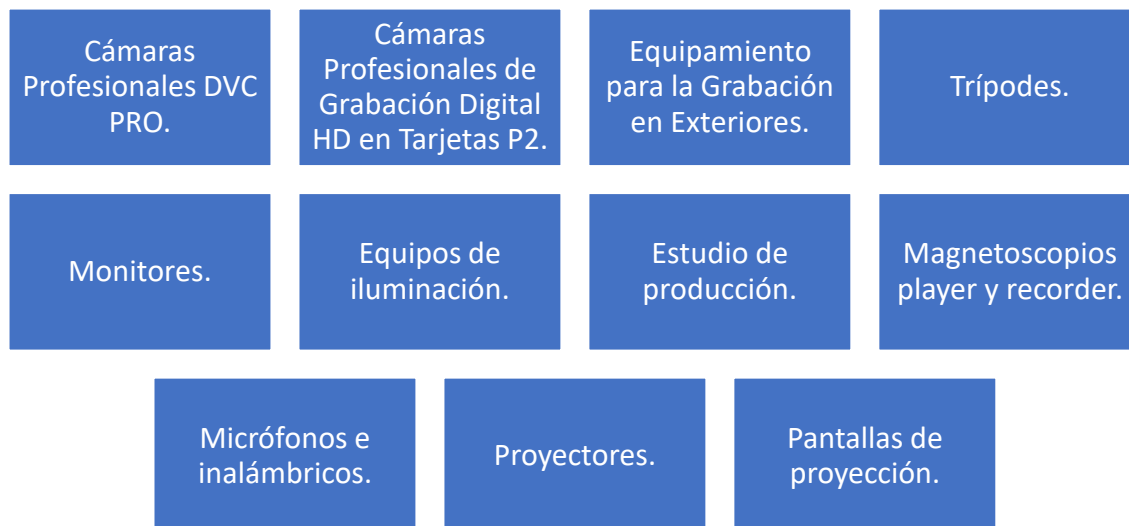


Figura 1: Equipamiento EMA-RTV. (Elaboración propia)

En cuanto a infraestructuras cuenta con diferentes salas especializadas en la realización de tareas concretas como la edición o la postproducción. Recientemente, EMA-RTV ha aumentado el espacio de su zona de trabajo, para mayor comodidad de sus trabajadores y también, acorde a la situación actual que se dio por la pandemia de COVID-19. De esta forma, se ha adaptado el espacio a las necesidades actuales, respetando las medidas sanitarias propuestas y garantizando la seguridad de todos. Los espacios disponibles son los siguientes (Figura 2):



Figura 2: Infraestructuras EMA-RTV. (Elaboración propia)

Por otra parte, en cuanto equipo humano, para la realización de proyectos, se ha seleccionado a personal procedente de disciplinas variadas, que cubran todas las necesidades informativas y audiovisuales. Para la realización de proyectos se cuenta con (Figura 3):



Figura 3: Equipo humano EMA-RTV. (Elaboración propia)

### 3.1.3 Instalaciones y personal en la sede de Sevilla

La entidad dispone de una sede social en régimen de propiedad. Se trata de un módulo de 100 metros cuadrados en los que se distribuye la plantilla de unos 20 profesionales, que trabajan en EMA-RTV por áreas de actividad. Lo siguiente es un plano, que representa un mapa de las instalaciones de la asociación (Figura 4).

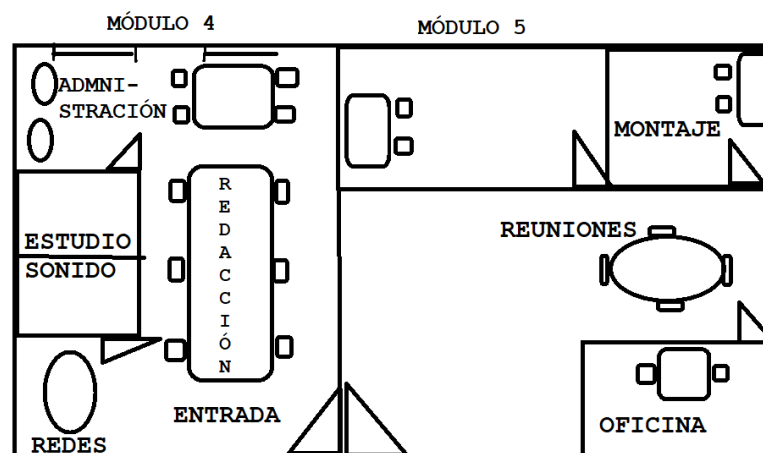


Figura 4: Instalaciones EMA-RTV. (Elaboración propia)

En el verano de 2021, la entidad alquiló el módulo contiguo a la sede, de forma que ha ampliado el espacio para mayor comodidad y mejores condiciones del lugar de trabajo para toda la plantilla (Véase en anexos figuras de la 34 a la 38). En momentos puntuales, como puede ser la realización de prácticas profesionales por convenio con diferentes instituciones educativas de ámbito superior, acogen a más personas en la sede y el espacio se ve muy limitado (Figura 5).

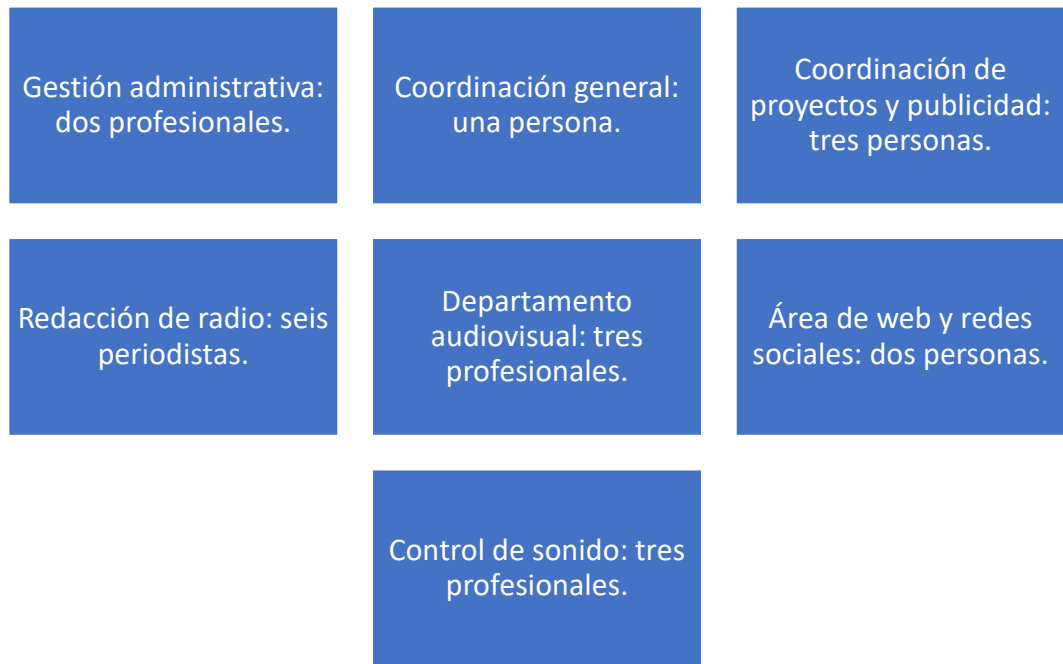


Figura 5: Personal EMA-RTV. (Elaboración propia)



### 3.1.4. Organigrama de la asociación

EMA-RTV está conformada por una asamblea general que incluye a los ayuntamientos de las diferentes localidades y a las emisoras andaluzas colaboradoras. Esta asamblea posee un consejo de administración en el que la mayoría de los cargos son procedentes de ayuntamientos. De tal forma, posee un presidente y cuatro vicepresidentes, apartados de secretaría, tesorería y vocalías. También tiene suplencias.

La Onda Local de Andalucía (OLA) funciona como agencia de noticias de EMA-RTV, dando cobertura local y andaluza a los ciudadanos a través de la radio y la televisión comunitaria. El director general de la Asociación de Emisoras Municipales y Comunitarias de Andalucía de Radio y Televisión es Francisco José García Crespo.

Por otro lado, dentro de EMA-RTV, el apartado de la gerencia es llevado a cabo por Martín Gordillo Gordillo, quien lleva los cargos relacionados con la administración, la formación, la publicidad y la cooperación. Y, por último, un apartado vital para el correcto funcionamiento de la asociación es el de la coordinación, cuyo encargado es Pedro Fera Calles. En este apartado se trabaja la gestión de proyectos y redes, se tramita y organiza todo lo relacionado con el medio audiovisual y se trabaja la agencia de noticias de EMA-RTV, la agencia Onda Local de Andalucía.

El compromiso comunicativo de la Asociación es tener un personal y unas entidades colaboradoras comprometidas con el servicio al ciudadano, todo ello con una carga moral y ética creada para mejorar la infraestructura y servicios de comunicación andaluces. Fruto de este compromiso, a lo largo de los años se ha ido reestructurando los diversos organigramas para mejorar la regulación y la legislación dentro de EMA-RTV, ajustándose de esta forma a los estándares actuales. Es por ello que en la actualidad sigue funcionando como mecanismo de transformación para el ciudadanos y motivo por el cual sigue integrando tantos ayuntamientos y emisoras (Figura 6).

# ORGANIGRAMA EMA-RTV / OLA-RTV

¿Cómo se toman las decisiones?

2019/2023

EQUILIBRIO PROVINCIAL  
CONSENSO  
PLURALISMO

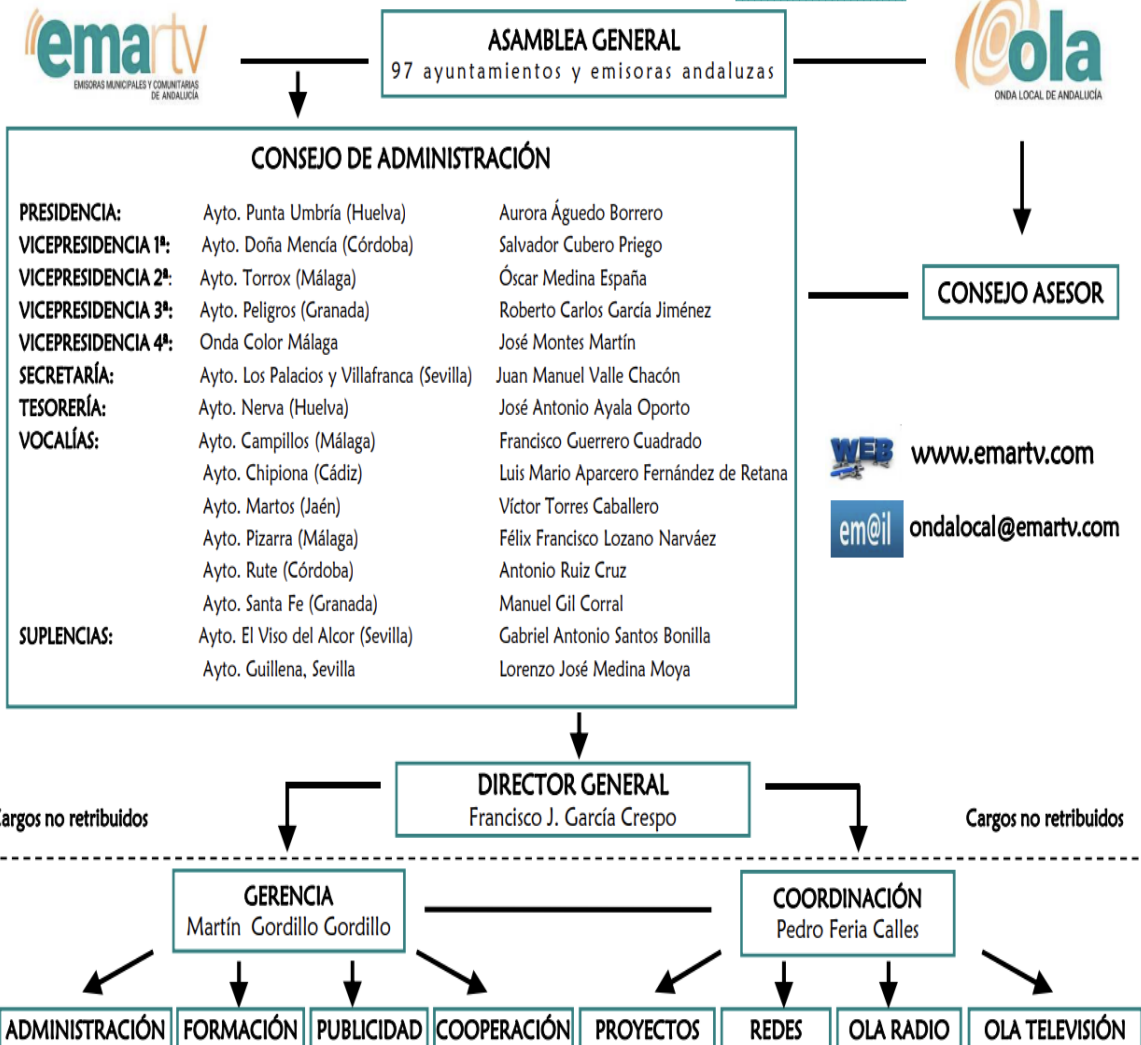


Figura 6: Organigramma EMA-RTV. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

### 3.1.5. Base legal de la empresa

En cuanto a las demandas políticas y económicas EMA-RTV también ha mantenido una base legal firme:

- Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía.
- ORDEN de 24 de SEPTIEMBRE de 2003, de la Consejería de la Presidencia, por la que se regula el procedimiento de Concesión de Emisoras Culturales de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas con modulación de Frecuencia.

- ORDEN de 10 de FEBRERO de 2003 por la que se regula el Procedimiento de Concesión de las Emisoras de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas a los Ayuntamientos.

- ORDEN de 12 de JULIO de 2002, de la Consejería de la Presidencia, por la que se regula el procedimiento de Renovación de las Concesiones de Emisoras de Radiodifusión Sonora.

- DECRETO 174/2002, de 11 de JUNIO, por el que se regula el Régimen de Concesión de Emisoras de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas

### 3.1.6. Servicios y funcionamiento

Los servicios que EMA-RTV presta a los diferentes ayuntamientos y emisoras son muy variados, pues engloban desde servicios de radio hasta jornadas y talleres educativos. El servicio de radio, que proporciona es durante todo el año las 24 horas del día. También, semanalmente, publica escritos sobre prácticas ciudadanas, contribuyendo al bienestar común. Uno de los objetivos es hacer que el trabajo realizado no sea en vano, pues de nada sirve un buen servicio radiofónico si no alcanza al receptor. Es por ello, que la asociación busca asentarse a través de Internet, particularmente a través de las redes sociales con el fin de visibilizar el trabajo realizado.

EMA-RTV también realiza un servicio como intermediario, donde comunica la actuación de los diferentes medios ante las administraciones, así como dinamiza, lo máximo posible, esta agenda informativa a nivel andaluz (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f). Los municipios con pocas posibilidades y que carecen, incluso, de medios locales, cuentan con el apoyo y la cobertura de EMA-RTV, proporcionando asesoramiento para incrementar medios locales en estas zonas que carecen de ellos.

La asociación es en materia audiovisual una fuerte productora de este contenido, pues impulsa proyectos e investigaciones relacionadas con el mundo audiovisual. Estos proyectos también incluyen talleres y seminarios sobre audiovisual, de modo que, constantemente, vemos como EMA-RTV organiza congresos y jornadas para hablar

sobre este contenido, siempre otorgando un acceso sencillo a todo este material producido por la asociación (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f).

En relación a la crisis sanitaria que hemos sufrido recientemente a causa del virus COVID-19, EMA-RTV emprendió una serie de medidas para mantener el proyecto en activo y no tener que pausar la producción de contenido. Para ello, utilizó los diversos medios virtuales y telemáticos, que tienen a su disposición, así como seguir informando a la comunidad mediante espacios y programas relacionados con la salud y la prevención del coronavirus.

### 3.1.7 Redes sociales

A través de la página web de EMA-RTV podemos acceder mediante el menú principal a los íconos hipervinculados a las diferentes redes sociales y métodos para contactar con la asociación. Estas redes son: *Twitter*, *Facebook*, *Telegram* y la dirección de correo electrónico. Este método es efectivo, ya que el meta enlace lleva directamente a la página inicial de cada red social.

En el caso del *Facebook* de EMA-RTV poseen más de 4.000 seguidores. El contenido que publican es semanal, donde comparten novedades y noticias relacionadas con la actualidad radiofónica. También sirve como enlace con los seguidores para crear una comunidad y usar la plataforma como punto de encuentro. En el caso de *Twitter* la cifra de *followers* ronda los 3.000, utilizando este medio de una forma más directa, ya que por la limitación de palabras que tienen todos los tweets es necesario ser conciso. De modo que, se usa para anunciar eventos y noticias que llevan a la página web de EMA-RTV (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f).

### 3.1.8 Entidades colaborativas

Para la financiación de los proyectos organizados por EMA-RTV se posee financiación en colaboración con diversas entidades. Resulta importante el papel de la

Junta de Andalucía, que colabora financieramente con la asociación desde las siguientes consejerías.

En primer lugar, la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e interior. Esta consejería trabaja apartados de Administración pública y acción de gobierno, donde proporciona ofertas de empleo público, noticias de la junta, consejo de gobierno, información a través de suscripción por correo electrónico, publicaciones a través del BOJA, manuales de identidad corporativa de la Junta de Andalucía... Todo ello adaptado a las tecnologías de la información actuales. Las acciones que realiza son tanto a nivel interno, con cursos de diversa índole, tanto como a nivel externo, informando de situaciones como el Brexit o boletines informativos de la delegación de la Junta en Bruselas, Bélgica. Una unidad muy destacada dentro de la consejería es la Unidad Aceleradora de Proyectos (UAP) que busca generar empleo y agilizar proyectos declarados de interés estratégico de inversión (Junta de Andalucía, s.f).

También, participa la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración local. Entre las tareas que realiza destacan los trámites relacionados con el turismo para registrar enclaves turísticos, así como buscadores de establecimientos, servicios y viviendas con fines turísticos, siendo que facilita la inscripción de estos a través de asociaciones y fundaciones. A su vez, posee un portal de transparencia. Las tareas más destacadas son las relacionadas con la planificación, distribución y crecimiento del sector turístico andaluz (Junta de Andalucía, s.f).

La Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación también participa. Las diferentes competencias que esta consejería desarrolla están relacionadas con la violencia de género y la igualdad, así como el cuidado de personas mayores y discapacitadas proporcionando servicios sociales de inclusión. Tiene disposición del ciudadano un catálogo de las diferentes prestaciones que otorga a personas dependientes, así como a las pensiones. También gestiona la participación ciudadana a través de actividades de voluntariado y forma al ciudadano a través de cursos entre otras actividades (Junta de Andalucía, s.f).

La última consejería es la de Salud y Familias, que desarrolla las tareas relacionadas con las políticas de familia, sanidad y consumo. Gestiona el sistema

sanitario público incluyendo bajas, citas con el médico, situaciones excepcionales como la del coronavirus, entre otras actividades como es el prestar servicios preventivos contra centros contra la drogodependencia (Junta de Andalucía, s.f).

Aparte de las consejerías ya mencionadas, la Junta de Andalucía también proporciona soporte a EMA-RTV desde otras entidades. Uno es el Instituto Andaluz de la Juventud que es una entidad dependiente de la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo de la Junta de Andalucía. Es un órgano que trabaja la participación e implicación por parte de las juventudes en políticas andaluzas, siendo una entidad muy abierta a la participación juvenil y a la creación de asociaciones por el bienestar de la juventud. La otra entidad que proporciona soporte es la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo. La tarea principal de esta agencia es la gestión en materia de recursos públicos que la junta usa para el desarrollo y la cooperación Internacional (Junta de Andalucía, s.f).

EMA-RTV también cuenta con el apoyo de cuatro diputaciones, siendo la tarea de las diputaciones el gestionar económicamente y administrativamente las provincias. Las diputaciones son la de Sevilla, la de Huelva, la de Córdoba y la de Jaén. La diputación de Córdoba también colabora con la asociación a través del Instituto Provincial de Bienestar Social.

Al margen de la Junta de Andalucía y las entidades internacionales como la European Commission, también colaboran otras entidades como es el caso de la Fundación la Caixa. Perteneciente a Caixabank, esta fundación gestiona la obra social de la Caixa, siendo que agrupa en sí a voluntarios y entidades para combatir contra lacras como es la exclusión social, o expandir cultura, educación e investigación científica. Tiene diversas áreas de actuación en las que realiza programas de diversa índole como lo son los relacionados con la cultura y ciencia, educación y becas, investigación y salud, y programas de carácter social (Fundación la Caixa,s.f). La asociación cuenta con el apoyo de las siguientes entidades (Figura 7):



Figura 7: Entidades colaborativas. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

### 3.1.9. Proyectos activos

El hecho de mantener en activo diversos proyectos es un apartado muy importante para EMA-RTV, pues busca estar actualizado y a la orden del día. Es por ello, que constantemente va iniciando nuevos proyectos adaptados a las preocupaciones actuales de los ciudadanos. Actualmente, en 2022 están llevando a cabo los siguientes proyectos (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f):

- **19J: Elecciones Andaluzas:** El último proyecto de la emisora, pues recientemente se han anunciado la fecha oficial de las próximas elecciones andaluzes, que se llevarán a cabo el 19 de junio de 2022. La asociación se encargará de dar cobertura al evento, informando sobre novedades y reacciones por parte de los diversos candidatos (Figura 8).



Figura 8: 19J: Elecciones Andaluzas. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **Nuevas masculinidades, hombres en positivo:** Espacio en el cual semanalmente se repasa el pensamiento conocido como nuevas masculinidades, en tal marco se aborda y cuestionan los privilegios que disfruta el hombre a través del patriarcado. Cuenta con la participación de la asociación AHIGE, es la Asociación de Hombres por la Igualdad de Género. Se han realizado también diversos talleres para apoyar este proyecto (Figura 9). Se trata de un proyecto socioeducativo destinado a concienciar al hombre, pues en la sociedad actual que vivimos es necesario ser consciente de las desigualdades sociales para afrontar estos cambios de forma apropiada. Es sin duda un proyecto que rompe los roles e imposiciones clásicas, el dejar atrás estos privilegios aporta mejorar las relaciones con nuestro entorno y en mejorar la calidad de vida de la mujer, dejando atrás comportamientos tóxicos y retrógrados.



Figura 9: Nuevas masculinidades, hombres en positivo. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)



- **Andalucía de Este a Oeste:** Proyecto destinado a fomentar el interés turístico en Andalucía, visibilizando destinos con gigantesco interés turístico y cultural. Busca también promocionar localidades poco conocidas para darles la oportunidad de darse a conocer al mundo. Para llevarse a cabo cuenta con 40 espacios de radio, 66 reportajes audiovisuales y 11 eventos radiofónicos, así como un mapa online de recursos turísticos de Andalucía para ubicar mejor al espectador. La iniciativa cuenta con PITAF, que es Proyecto de Interés Turístico de Asociaciones sin ánimo de lucro y fundaciones de Andalucía (Figura 10).



Figura 10: Andalucía de Este a Oeste. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **VIH-SIBLES:** Se trata de un proyecto que lucha para concienciar sobre el peligro que representa el VIH, para ello aconseja sobre su prevención a través de consejos, buscando educar y reducir el estigma que se tiene con esta enfermedad de transmisión sexual. Y es que la educación sexual resulta vital, siendo que en los últimos años se han dado gigantes pasos para crear consciencia sobre los peligros que tiene el no estar informado. Se han llevado a cabo diversas actividades en las que se ha trabajado con cartelera, microespacios de radio y grabaciones audiovisuales (Figura 11).



Figura 11: VIH-SIBLES. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **Gasolinera, expositor de músicas actuales:** Se trata de una idea que busca la libre difusión de música sin prejuicios ni fronteras, de tal forma que el propósito de este apartado es acercar al oyente a música de cualquier parte del mundo, no distingue de ritmo ni géneros. Se trata de un apartado que todo amante de la música puede llegar a disfrutar, para ello se da a conocer a través de un apartado radiofónico y diversas “playlists” creadas por Ricardo de Castro, reconocido investigador andaluz apasionado a la música (Figura 12).



Figura 12: Gasolinera, expositor de músicas actuales. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **Laboratorio para la comunicación y el marketing institucional:** Iniciativa que busca crear un plan sólido para dar a conocer a los entes locales a través de la comunicación, todo ello a través de la transparencia. En este apartado abierto al diálogo y al debate participan alcaldes, concejales, expertos... procedentes de ayuntamientos adheridos a la EMA. En definitiva, busca acercar el gobierno al pueblo, no crear una barrera entre ambos y habilitar un canal de comunicación. Destaca el uso de sesiones online para llevar a cabo este proyecto (Figura 13).



Figura 13: Gasolinera, expositor de músicas actuales. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **Voces por la cooperación:** Se trata de un programa dedicado a ayudar a los demás, a la solidaridad, da a conocer las labores de voluntariado que se realizan en Andalucía, siendo que el programa se centra sobre todo en Sevilla. Da voz a responsables de diversos voluntariados como es Madre Coraje, comedores sociales, cibervoluntarios contra la brecha digital... Se trata de una forma de llamar a nuevas personas a unirse a cooperar (Figura 14).



Figura 14: Voces por la cooperación. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **Andalucía es Diversa:** Acción que busca introducir en la comunidad a personas migrantes. A través de jornadas y programas radiofónicos lo que hace es mostrar las buenas prácticas de esta persona y el infinito valor humano que aportan a la sociedad. También abre un espacio para compartir mediante el debate las diversas experiencias de estas personas, todo en pro de mejorar la comunicación y situación de estas personas (Figura 15).



Figura 15: Andalucía es diversa. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **En la tierra del Edén:** Espacio que nos transporta a enclaves de todo tipo por Andalucía, dando a conocer fiestas, tradiciones, lugares... ricos y repletos de cultura andaluza. Se trata de un proyecto cultural que apuesta por la cultura: desde la gastronomía hasta el arte. Invita al espectador a conocer estos enclaves (Figura 16).



Figura 16: En la tierra del Edén. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **El futuro es nuestro:** Se trata de un proyecto educomunicativo, que mediante la radio y el audiovisual busca sensibilizar en centros educativos sobre violencia escolar y convivencia en las aulas. Para ello, se han instalado en el IES El Molinillo de Guillena en Sevilla y el CEIP San Isidro Labrador de Huétor Tájar de Granada, un taller formativo de radio y audiovisual, que contiene microespacios y píldoras de tolerancia y en contra del bullying, así como la realización de un programa de radio en directo (Figura 17).



Figura 17: El futuro es nuestro. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **Legislación audiovisual:** Apartado en el que EMA-RTV ofrece al usuario los decretos y documentos que afectan a la radiotelevisión andaluza. A través de la página web se puede consultar dicha normativa actualizada (Figura 18).



Figura 18: Legislación audiovisual. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **Voces para la integración:** Campaña destinada a dar voz a mujeres migrantes que se encuentran en Andalucía. Busca justicia para estas personas a través de la concienciación, desmontando los estereotipos y percepciones negativas que se tiene de estas mujeres migrantes. Este proyecto busca introducirlas y otorgarles participación en el medio de las ondas, así como a través de una revista y cápsulas promocionales que hablan sobre este colectivo. A través del feminismo y el empoderamiento de la mujer se busca poner en evidencia las cualidades y aptitudes de estas mujeres, todo con el fin de cambiar esta lacra social (Figura 19).

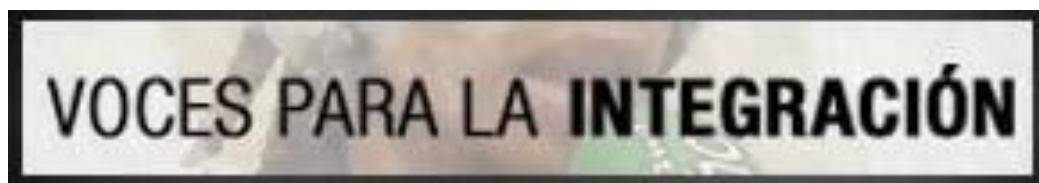


Figura 19: Voces para la integración. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **Radio Agora:** Acción a nivel europeo que busca difundir datos políticos sobre la cohesión de Europa. Busca visibilizar los programas europeos y que se entienda en regiones como la nuestra, dónde a veces no llega este tipo de información. EMA-RTV ha contado en este proyecto con socios de otras radios europeas como ERT en Grecia, Radio Popolare de Italia y CEPS en Bélgica. Con estos socios ha mantenido debates radiofónicos para posteriormente compartirlo en redes sociales como Youtube (Figura 19).



Figura 20: Radio Agora. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **Mayores en la onda:** Campaña que apoya a las personas mayores de 60 años. Trata de eliminar los estereotipos y prejuicios, que se tiene sobre las personas cuando envejecen, buscando eliminar conductas tóxicas hacia ellos y busca integrarlos en el día a día. La campaña se lleva a cabo a través de microespacios de radio dónde se habla de diversa temática como su papel en la sociedad, la soledad, reinventarse... De tal forma, el proyecto busca que participen estas personas y que el resto lo entienda (Figura 20).



Figura 21: Mayores en la onda. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **Activa tus sentidos:** Proyecto que informa y busca prevenir sobre la adicción a las drogas. El propósito de la campaña es alertar sobre los efectos de las drogas y prevenir de su uso, para ello utiliza reportajes y un espacio radiofónico a la semana (Figura 21).



Figura 22: Activas tus sentidos. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **Ponle voz a los cuidados:** Es un proyecto que en definitiva lo que busca es cuidar aspectos que en un futuro nos van a preocupar, por ello trata multitud de temas como lo es el género, el medio ambiente, el consumo responsable, la educación de los más pequeños...Para su desarrollo, se han impartido talleres informativos en cinco colegios públicos de Andalucía utilizando como herramienta principal la radio (Figura 22).



Figura 23: Ponle voz a los cuidados. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **Andalucía contra la violencia hacia la mujer:** Iniciada por EMA-RTV, el proyecto trata intensivamente el promover una sociedad en la que no se discrimine a la mujer por su condición, promoviendo una campaña de sensibilización que invita a participar a todo el mundo, así como a dar voz a este asunto en medios locales. Para llevarlo a cabo, se ha optado por realizar diversos formatos audiovisuales, como es la creación de espacios radiofónicos a modo de entrevista donde acuden invitados de colectivos que buscan una sociedad igualitaria, así como capsulas audiovisuales y promoción a través de las diversas redes sociales. Dentro de las denuncias que realiza el proyecto encontramos la brecha salarial que sufren las mujeres, la violencia sexual, estereotipos como los que se tienen hacia la mujer gitana, la discriminación que sufre la mujer en el campo, la cosificación que se da en la publicidad e inclusive en medios de información, etc (Figura 23).



Figura 24: Andalucía contra la violencia hacia la mujer. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **¡QUE NO TE LA CUELEN!:** El objetivo de esta campaña es ayudar al usuario a identificar discursos de odio y *fake news* en la red, así como una vez comprendido del daño que estos causan, denunciarlo y rechazarlos. Se trata de una campaña que lucha por el porvenir del presente online del medio digital.

Denuncia actitudes xenófobas, racistas, rumores, etc. Defiende y promueve colectivos como la Violencia contra personas Lesbianas, Gay, Bisexual, Trans e Intersex (LGTBI), que constantemente sufre estos ataques de odio en internet (Figura 24).



Figura 25: ¡QUE NO TE LA CUELEN!. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **Mundo finito:** Programa ecológico que reflexiona sobre el daño planetario que estamos haciendo a la tierra. El gastar el problema de esta forma no solo ocasiona problemas medioambientales, sino que también, hace que nos enfrentemos a desigualdades sociales y económicas a un plazo no tan largo. Es por ello, que se tiene como fin transformar el panorama actual que hay en Andalucía y crear un cambio inmediato a través de la comunicación. La sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente es la temática principal (Figura 25).



Figura 26: Mundo finito. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)



- **Andalucía voluntaria:** Dedicado a todos los voluntarios que ayudan a crear una mejor comunidad, dándoles apoyo y visibilidad por su solidaridad. Se les otorga voz y se invita a la participación ciudadana (Figura 26).



Figura 27: Andalucía voluntaria. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

- **Respect Words:** Campaña democratizadora que tiene como bandera crear un periodismo ético. Se posiciona en contra de los discursos de odio y ayuda a reconocer y a juzgarlos, marcando la diferencia frente otros medios. Para su desarrollo se ha creado un código ético dirigido especialmente a periodistas, donde a través de seminarios creados por expertos debatirán y llegarán a una serie de conclusiones que se verán reflejadas en el ya mencionado código. Por otra parte, se ha puesto en marcha un mapa interactivo que indica las buenas prácticas realizadas a modo de guía didáctica y participativa. Por último, una campaña de radio cargada de informativos, entrevistas y mensajes que buscan sensibilizar (Figura 27).



Figura 28: Respect Words. (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f)

Esta serie de proyectos son los que desarrollan a nivel nacional. Por otra parte, EMA-RTV lleva a cabo una serie de proyectos internacionales con otros países, donde también de carácter comunitario y social. Hasta el momento los proyectos que se llevan a cabo proceden todos de Sudamérica, a excepción de Marruecos.

Que estas campañas se realicen en América Latina no es una coincidencia, ya que desde el año 1998 se han iniciado este tipo de proyectos que cruzan el océano a modo de empoderar la figura de la ciudadanía y la comunidad latina. De este modo, se realiza un trabajo cooperativo con otras asociaciones procedentes del continente americano. Actualmente, se lleva a cabo más de 60 proyectos en Latinoamérica (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f).

En definitiva, se utiliza la educomunicación para transmitir valores y representar una imagen de derechos humanos, derechos de los cuales todo ciudadano debe gozar y conocer, todo en pro de construir una sociedad democrática que vele por el bienestar común, tanto a nivel nacional como a nivel internacional. Los países adheridos que cooperan con EMA-RTV en la realización de proyectos son los siguientes:

- **Perú**

EMA-RTV realiza en Perú una campaña feminista que denuncia las injusticias que se ven en el país, dedicando muchos apartados al género y a la libre expresión. Actualmente, cuenta con dos proyectos:

- “Ya no es secreto”, proyecto que critica y expone la crueldad del embarazo por violencia sexual en niñas y adolescentes, siendo de carácter completamente reivindicativo y buscando justicia y paz para este colectivo que durante años ha sufrido esta lacra.
- Por otra parte, se desarrolló otro proyecto que versa sobre el derecho a una vida sin violencia de género en zonas rurales. La piedra angular del proyecto es crear un canal de comunicación para informar y denunciar situaciones machistas, que se dan en lugares rurales dónde no se tiene una conciencia de género grande. Para ello, se contó con profesionales del medio como periodistas y líderes de opinión que sensibilizan sobre la violencia de género, promoviendo una política de igualdad.

- **Bolivia**

Este país posee una masa de proyectos muy grande. La mayoría de proyectos tiene como temática principal el crear lazos socioculturales más fuertes en la sociedad boliviana, teniendo mucha importancia la figura del derecho de los

indígenas, así como el defender una salud sexual y crear una conciencia en lo dura que es la inmigración que el pueblo boliviano debe enfrentar.

- “Aprendiendo a ser autónomas” busca otorgar liderazgo a la mujer *aymara* para introducirlas en la comunidad y proporcionarles la visibilidad que merecen, todo ello, a través de ciclos llevados a cabo mediante talleres y programas radiofónicos retransmitidos en la radio local Atipiri. Esta visibilidad hay se observa desde un prisma empresarial, pues otra intención del proyecto es que se integren en la vida laboral, por lo que se trata de un proyecto emprendedor.
- “Emprendimiento de mujeres aymaras” es un proyecto similar al anterior, pero relacionado con los derechos centrales y en formar a la mujer *aymara*, ya que las hace consciente de su valía y capacidad para entrar de lleno en la productividad laboral.
- “Desde nuestras propias voces” es otro proyecto dedicado a la inclusión de las aymaras, como podemos observar, se trata de un problema estructural y bastante de peso en la sociedad de Bolivia. Este en concreto se centra en el Distrito 8 de la ciudad El Alto.
- “Yo ya te he oído... ahora te toca escucharme” reivindicación por parte del centro de educación y comunicación para pueblos indígenas. Esta campaña completamente educomunicativa defiende los derechos de toda mujer indígena.
- “Sensibilización de jóvenes de El Alto sobre la realidad de la inmigración” es un proyecto cuyo peso se redirige a los andaluces. Se trata de un proyecto de concienciación para que los españoles se mentalicen y sensibilicen sobre la situación de los bolivianos residentes en España. Se trata de hacer conocer el día a día y ver los problemas a los que se enfrentan los bolivianos que vienen a Europa.
- “Transmisión de la cultura indígena para jóvenes mediante la producción audiovisual” busca introducir a la población menor perteneciente a minorías, en este caso los *aymara* y los *quechuas*. Se pretende a través de las virtudes del medio audiovisual hacer a los más jóvenes conscientes

del patrimonio cultural y la lengua que hablan. Esto se debe a que allí no se tiene valorado suficientemente a la cultura y queda menospreciada por los propios habitantes del país. De este modo, se busca revertir la situación, fortaleciendo los lazos con las propias tradiciones a través de las cámaras, siendo que los jóvenes participan en procesos audiovisuales que buscan mejorar la condición de la comunidad.

- “Voces para contar” trata la problemática vivida en la ciudad El Alto, en este caso centrándose en los más mayores. Hablamos de una sociedad estructurada, la cual evidencia las diferencias sociales entre ciertos sectores. Uno de los grandes afectados son los ancianos, que sufren un degradamiento moral constante, que, en casos extremos, llega hasta el abandono. También, otros que sufren mucho esta situación son los jóvenes y las mujeres, otorgándoles a estas personas la voz en la radio para dar la ocasión de revertir esta situación y defender esa cultura tan rica, que se ha conservado generación tras generación pero que lastimosamente se encuentra últimamente en un estado decadente.
- “Onda Local, Red Municipal de Radio en Bolivia” es una red de comunicación que utiliza la radio como referente en comunicación. Bolivia ha sido un país en el que tradicionalmente la radio es uno de los medios más populares y utilizados del país. Mantiene con EMA-RTV un intercambio de experiencias para llegar a un entendimiento entre culturas.
- “Centro de Formación y Realización Cinematográfica” enseña el uso del medio radiofónico para la inclusión en el audiovisual, centrándose en la figura del *aymara* y su representación en la sociedad.

Cómo vemos, en definitiva, los proyectos están orientados a visibilizar a las minorías del país, especialmente a los *aymaras*, teniendo inclusive un centro integral de comunicación multimedia *aymara*. El no quedarse impasibles ante la marginación, que sufre este pueblo es el objetivo primordial de estos proyectos

de promoción, en el que se busca dar por finalizado este alejamiento que sufre la comunidad.

- **Argentina**

En Argentina el grueso de proyectos en los que EMA-RTV está involucrado están relacionados con el crear campañas audiovisuales centradas en la televisión y en la radio, siendo el esfuerzo dedicado a la creación de infraestructuras y nuevas emisoras para la realización de tal contenido.

- “La Tribu” es un proyecto educomunicativo, que tiene como protagonistas a estudiantes. Se trata de una radio, que difunde contenido cultural y artístico, todo ello, combinado con un mensaje de denuncia y protesta. La radio surge como reacción ante la dictadura de los años 80 en Argentina. El relevo generacional prosigue esta labor, que ofrece conocimiento a la comunidad. EMA-RTV contribuye con este proyecto en la construcción de más radios comunitarias.
- “Radios para comunidades aborígenes: Un proyecto desde las escuelas” es de nuevo una campaña educomunicativa, que señala y difunde la terrible situación de pobreza y malestar que se da en ciertas zonas del norte del país argentino. La creación de radios sociales proporciona a la comunidad una oportunidad de informar a la población y reivindicar la identidad. También, tiempo después, se realizó un proyecto similar que consistió en la Instalación de una red de emisoras de radio comunitaria en Santiago del Estero.
- “Equipamiento y captación para las radios Quimili, Titina y Los Jurés” busca proporcionar equipos radiofónicos y personal en estas comunidades, ya que en la mayoría de zonas rurales de Argentina siempre ha habido una escasa presencia de medios comunitarios. Otro proyecto similar fue el del fortalecimiento de las radios comunitarias *mapuches*. En este caso se veían gravemente afectadas por las políticas públicas de la zona, que no equipaban adecuadamente a los medios de

comunicación comunitarios. Esta campaña fue un refuerzo para promover el crecimiento social y económico en las organizaciones audiovisuales *mapuches*. Un caso similar fue la creación de una nueva emisora comunitaria para la red de medios del MOCASE.

En suma, el papel de EMA-RTV en el plano argentino ha sido muy de mediador entre los pueblos poco visibilizados y la cultura argentina, tratando de introducir a estas comunidades locales en la actualidad.

- **Guatemala**

El proyecto en este país se ha enfocado en el fortalecer la cultura y la sociedad a través de la mejora de los medios que la sociedad de Guatemala tiene a su disposición. EMA-RTV se ha prestado a asesorar a los representantes del organismo legislativo de la República de Guatemala. Todo ella para mejorar concretamente la estructura y elaboración de un marco legal que realmente logre hacer cambios positivos en las radios comunitarias del país. Creando también un programa de fortalecimiento de la gestión de tales radios.

- **El Salvador**

Este país ha encaminado el proyecto social hacía revistas sobre derechos humanos y la memoria histórica del país. De tal forma que, la mayoría de proyectos están encaminados a fortalecer la democracia y crear una infraestructura radiofónica que sea capaz de impulsar el desarrollo local, así como otras campañas de concienciación contra la violencia machista. En definitiva, una red que fomenta la paz.

### 3.1.10. Relación de la emisora de radio con otras emisoras

La asociación dispone de emisoras afiliadas repartidas por todas las provincias de Andalucía. Tal y cómo se ha señalado anteriormente, entre ayuntamientos y emisoras la cifra supera los 100 asociados. A continuación, vamos a destacar aquellas concernientes al punto neurálgico de la entidad, Sevilla: Radio Alcores, Ahora Radio,

Radio Guadalquivir, RTV Marchena, Radio Ronquillo, RTV Los Palacios, Écija Comarca TV, Radio Libre de Écija, Radio Montellano, Osuna TV, El Pespunte Radio, RTV Puebla, MCM Radio Las Cabezas, RTV Futuro, Onda Castillblanco, Onda Guillena Radio, Radio Cantillana, Radiópolis, Radio El Gallo, Radio Abierta, Radio Paz Arahal, Onda Carmona y Radio Cuervo (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f).

En definitiva, estos medios audiovisuales tienen un propósito en común: potenciar y darle voz a los más excluidos y marginados, dedicando buena parte de la programación a la emisión de contenido de interés social o cultural. Del mismo modo, aceptando propuestas por parte de la ciudadanía. Promocionan y forman a la comunidad a través de la expresión y la acción, siendo el estar informado un derecho. También, estas emisoras hacen contenido divertido para entretener al receptor, teniendo la mayoría de ellas espacios para la tertulia, ciclos y la música.

#### 3.1.11. Premios y reconocimientos de EMA-RTV

El esfuerzo tras todos los años de trabajo y compromiso ha conllevado que en numerosas ocasiones, la asociación haya sido digna merecedora de premios y distinciones, que avalan su trayectoria (Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía, s.f). Las distinciones son las siguientes:

- Premio Andalucía Migraciones 2001. Un Solo Mundo.
- Premio Andaluz de Voluntariado 2003. Andalucía Voluntaria.
- Premio 28F 2005. Un Solo Mundo II.
- Premio Meridiana 2006. Un Solo Mundo.
- Premio Igualdad 2006. La Mujer y la Historia.
- Premio 28F 2010. Al Sur de los Sentidos.
- Premio Andalucía Migraciones 2010. Al Sur de los Sentidos.

## 4. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EDUCOMUNICATIVA

Esta propuesta de intervención parte de la necesidad de desarrollar y diseñar una acción de mejora la empresa sin ánimo de lucro EMA-RTV. En definitiva, consiste en añadir un nuevo apartado al proyecto de la asociación: *Activa tus sentidos*. La propuesta consiste en la promoción del proyecto a través de distintas redes sociales mediante la realización de cartelería e infografía, promocionando los múltiples apartados como el programa radiofónico o los cuatro reportajes audiovisuales ya existentes, a lo cual se uniría como propuesta un apartado de podcast.

De los diversos proyectos en los que la asociación participa, se trata de los más actuales por el fin social y los diferentes valores que transmite, siendo realmente un servicio a la sociedad que puede ayudar a muchos. La idea de la propuesta resulta continuista pues la misión se prolonga, fomentando el rechazo a las drogas, buscando prevenir la drogodependencia a través de la sensibilización. La idea del podcast es retransmitirse una vez a la semana. La periodicidad es la misma que el programa radiofónico ya que pretende dar mayor regularidad a la campaña.

En cuanto a contenido consiste en programas grabados en formato podcast. En este sentido, no se necesitan demasiados recursos para su grabación y puede contar con la participación de alumnado de instituto sin mucho problema, ya que el proyecto se centra bastante en alejar a la juventud de las drogas. La idea es que los podcasts sean de corta duración, en torno a los 10-15 minutos, de tal manera que se pueda realizar posteriormente una edición para comprimir el contenido y reducirlo a un minuto. La idea es compartir el resumen en diversas redes sociales a modo de promocionar el audio bruto. Estos serán subidos a plataformas de podcast como *Ivoox*, *Spotify* o *Anchor*, mientras que la promoción será a través de la cartelería en *TikTok* e *Instagram*. Son redes en las que se estila la corta duración. Gracias a sus algoritmos, en la actualidad, se prestan a recibir muchas visitas fácilmente, con lo cual son la herramienta ideal para obtener la difusión que el proyecto desea tener.



El formato podcast resulta interesante por la libertad que se le otorga al receptor para consumir el producto, ya que tiene la posibilidad de escucharlo en cualquier momento y descargarlo en su dispositivo para escucharlo sin conexión. Hay que destacar que esta acción resta la interacción, que posee el programa radiofónico. No obstante, la intención del podcast es dar a conocer el resto de audiovisuales creados para impulsar el proyecto.

El programa dará gran importancia a la comunicación y a la educación, siendo inclusive un pilar en el mensaje de reflexión y crítica que se pretende transmitir, crear una serie de valores esenciales en el receptor para concienciarlo. El contenido del podcast transmite un mensaje completamente educativo, por lo cual el objetivo es que sea utilizado como material educomunicativo en las aulas de institutos de secundaria a través de tutorías.

Por parte del lado de las infografías se realiza un trabajo de promoción que pretende impulsar el contenido producido por *Activa tus sentidos*, de tal forma que un ejemplo es el siguiente (Figura 29).



Figura 29: Infografía para actividad 29 mayo. (Elaboración propia).

Esta infografía utilizada a modo promoción, puede usarse en diversas RRSS, ya que al tener poco texto y poder dividirse en varias imágenes permite adaptarse al tipo de formato “scroll” lateral. El propósito de este tipo de infografía es informar detalladamente de un evento o de un tema en particular relacionado con la prevención de drogas, como pueden ser consejos preventivos.

Por otra parte, también se utiliza cartelería de formato más tradicional, como es el siguiente ejemplo (Figura 30).



Figura 30: Cartel para el día mundial sin tabaco. (Elaboración propia).

El uso de este formato resulta más directo, y es usado de una forma más clara y concisa con el fin de simplemente informar al espectador de la realización de un evento en concreto o del lanzamiento de algún programa del podcast.

En definitiva, el uso de cartelería e infografía es el motor de distribución del proyecto, buscando tanto difundir contenido de *Activa tus sentidos* como del podcast, creando un hilo que une a los diferentes proyectos audiovisuales de *Activa tus sentidos* (Véase en anexos figuras 32 y 33 ).

## 4.1. Metodología

Para llevar a cabo un análisis del contexto actual de la asociación se ha atentado a una metodología cualitativa a través del uso del análisis DAFO. La realización de un diagnóstico de este tipo es un recurso muy práctico en los contextos socioeducativos y comunicativos, pues la realización aborda un proceso en el que mediante información precisa se plantean mejoras en las diferentes entidades, atendiendo a las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas a las cuales se enfrenta. El valor añadido del realizar un DAFO es que incita a la toma de decisiones (Díaz et al. 2021). Con este análisis se pretende alertar a la asociación EMA-RTV, pues es necesario que en ciertos apartados comiencen a realizar cambios estructurales para mejorar el porvenir de la institución.

Otra metodología aplicada es la cooperativa y el trabajo por pares, que consiste en trabajar en grupo para alcanzar objetivos comunes, de modo que a la hora de realizar las prácticas se trabajará teniendo en cuenta al resto del grupo que compone a la asociación. Es sin duda una metodología muy apropiada para el proyecto ya que en la radio cooperar es vital.

Una metodología esencial a tener en cuenta en el presente trabajo es la educomunicativa, la cual integra las disciplinas de educación en medios con la recepción crítica de los medios de comunicación, llevando al individuo a una toma de decisiones mucho más meditadas y contrastadas, gracias a las Tecnologías de la Información y la Comunicación es más fácil unir los procesos de comunicación y educación, siendo la idea principal el ser capaz de crear en una sociedad entornos abiertos al diálogo y la participación ciudadana (Martínez, 2020). Esta metodología aplicada durante el master de educomunicación es prácticamente idéntica a la que lleva a cabo la asociación EMA-RTV.

## 4.2 Análisis DAFO

Tras comprender el funcionamiento, participar activamente en proyectos e investigar su trayectoria y la huella que ha dejado tanto en la comunidad como en Internet, a través del análisis DAFO se destacan una serie de valores que van a ayudar a solventar problemas y perfeccionar los avances obtenidos de EMA-RTV (Tabla 1).

Tabla 1: Análisis DAFO EMA-RTV

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redacción mejorable y anticuada. Ciertos apartados necesitan de una mayor calidad en la redacción, en parte por la falta de personal en el apartado de redacción, la presión y las prisas hace que en ocasiones no se revise completamente lo cual da lugar a erratas ortográficas.</li> <li>• La página web necesita una actualización en el apartado visual. Los diseños de la web resultan un tanto arcaicos y no se perciben como actuales.</li> <li>• Al anterior punto se une una falta de optimización en la web para los tiempos actuales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuenta con profesionales muy establecidos en el medio que se implican con el proyecto social.</li> <li>• Respaldo de grandes entidades como lo es la Junta de Andalucía.</li> <li>• Trabajo en equipo. El trabajo profesional sumado al compromiso entre compañeros facilita el trabajo enormemente.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La oportunidad de tratar y trabajar temática social de primera mano.</li> <li>• Cambiar situaciones injustas a través de la empatía y la comprensión.</li> <li>• Utilizar la radio como medio para ayudar a los demás.</li> <li>• Fomentar valores sociales para crear una comunidad más unida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una amenaza preocupante es la pobre repercusión que por desgracia algunos proyectos tienen. El no sacar provecho de las últimas redes sociales puede hacer que otros medios comunicarios de otras regiones de España aprovechen para crecer a través de esos nuevos medios.</li> </ul>

(Elaboración propia)

En conclusión, los apartados a mejorar que son más urgentes son los relacionados con el diseño, siendo que actualmente la asociación se ha puesto en marcha para iniciar una remodelación de la web dónde todo sea más cómodo y accesible, con lo cual ya consta dentro de los planes de actuación de EMA-RTV.

Lo mismo sucede con el hecho de no haberse adaptado aún a las nuevas redes sociales como lo son *TikTok* o *Instagram*. Y es que no cabe duda, hoy en día son medios completamente eficaces para darse a conocer a través de las RRSS.

Cambiando a apartados que juegan a su favor, es digno de admiración el cómo la asociación ha conseguido sumar y mantener a ayuntamientos y emisoras que colaboran con la asociación, así como el contar con respaldo de grandes entidades.

Este apoyo institucional sumado al compromiso de los trabajadores da una imagen corporativa muy positiva. Pese ello esto no significa que la asociación deje de lado los apartados negativos mencionados a lo largo del análisis, ya que la capacidad de respuesta por parte de EMA-RTV es más que suficiente para abordarlos sin problema alguno.

### 4.3. Bloques de programas

En cuanto al contenido de los podcasts, se plantea que cada uno tenga una temática determinada para ir tocando en cada episodio temática específica relacionada con la prevención de drogas. Consiste en crear un formato que sea directo, ya que el proyecto ya ha ahondado en temáticas similares a través de sus programas radiofónicos. Por lo tanto, se trata de complementar y sintetizar en píldoras de temática determinada, todo hecho de una forma muy orientada a su posterior publicación en redes sociales como *TikTok*.

Como se ha dicho, se emitirá un podcast a la semana, englobado en un bloque, que versará sobre diversas temáticas. Cada bloque constará con dos o tres podcast que cubran la temática.

Como objetivo principal se persigue evaluar las diferentes problemáticas relacionadas con el consumo de droga para lanzar propuestas y múltiples formas de actuar frente ellas, aplicado a los dispares planos que se pueden dar según el caso de cada persona. Todo ello, fomentando una actitud crítica en las diferentes áreas personales del individuo: la familia, la formación, la psicología, entre otros.

Otro apartado importante es el delimitar el concepto que se tiene de droga, realmente mucho más amplio de lo que muchos creen, puesto que el alcohol y el tabaco también forman parte de ello. Por lo consiguiente, es necesario informar sobre los efectos, que tienen estas sustancias tan adictivas junto a otras como el cannabis, la cocaína, heroína, metanfetamina, etc. (Azorín-Abellán,2014).

Los bloques planteados para llevar a cabo la propuesta son los siguientes:

- **BLOQUE 1: LOS CENTROS EDUCATIVOS Y SU ACTUACIÓN FRENTE LAS DROGAS:**

El primer bloque temático aborda la prevención de drogas en un entorno estudiantil, centrándose en los problemas de adaptación y futuro que provoca el consumo de drogas en una edad tan temprana. Los programas de este podcast son los que más se centran en la comunicación y educación en las aulas, contando con la participación de psicólogos y profesores de centros para explicar estos problemas a modo de entrevista, así como propuestas de intervención para reaccionar frente estos problemas y establecer una serie de protocolos de actuación frente los posibles casos de drogadicción entre alumnos. Un punto importante es el concienciar a todos los compañeros de clase para crear un entorno entre alumnos y profesores seguro, que se presta al diálogo. Es necesario recalcar que la información no va dirigida únicamente al alumnado, sino que también se busca crear conciencia entre el profesorado y que sepa como comunicar en esta clase de situación.

Estos puntos temáticos serán resumidos a través de infografías orientadas para su distribución en aulas mediante redes sociales. Las ilustraciones tienen un mensaje directo (Tabla 2).

Tabla 2: Acciones de mejora bloque 1

Problemas de drogas en centros educativos	Propuestas para prevenir y adaptarse a la situación
<b>El fracaso académico que las drogas traen consigo acompañado de unas metas escolares rotas.</b>	Para poner solución se llevan a cabo tutorías y programas que traigan consigo la mejora entre el estudiante y la identidad educativa, en resumen, cambios en la organización interna del instituto/facultad.
<b>Falta de adaptación al centro y a la propuesta académica por parte del centro.</b>	Entorno positivo donde exista la retroalimentación y se creen una serie de valores educativos y personales.
<b>Compromiso con uno mismo y su futuro profesional</b>	Actualizar la normativa y enfocarla a una más adaptativa.
<b>El consumo de drogas aleja al estudiante de las responsabilidades del estudio.</b>	En un halo de comprensión se busca hacer comprender al alumnado el poderoso vínculo que debe tener con la educación, dándole un motivo y sentido de presencia.
<b>Marginación por parte de compañeros.</b>	Ambiente de clase participativo y comprensivo. Rechazar al bullying tanto por parte del alumnado como el profesorado, no hacer la vista gorda.

(Elaboración propia)

• **BLOQUE 2: EL INDIVIDUO Y COMO PUEDE PROTEGERSE DE LAS DROGAS:**

En estos programas es abordará la temática desde una perspectiva más personal e individual, viendo como el individuo afronta la drogadicción y las pautas de comportamiento que desarrolla. Se busca explicar mediante la psicología estos patrones de comportamiento para informar a la vez que se busca una solución, y especialmente

crear conciencia entre los espectadores, es vital recordar que se busca ante todo prevenir, comunicando los problemas y trastornos que acarrea el consumo de drogas. Un punto clave es educar y concienciar para que el oyente sea capaz de transmitir esta información, con lo cual el tono es claro y conciso, evitando tecnicismos para asegurar la comprensión total.

En este bloque el apartado de la cartelería se trabajará más a modo de promoción que de información, siendo que es más complicado sintetizar el mensaje por lo cual el valor añadido por parte de los carteles será mandar un mensaje de rechazo e invitación al podcast (Tabla 3).

Tabla 3: Acciones de mejora bloque 2

El individuo	Reacciones frente el consumo de drogas
<b>Pautas de comportamiento impetuosas y paranoia. Poca esperanza en el porvenir.</b>	Reforzar valores morales del individuo y percibir el mal que la droga hace.
<b>Conducta depresiva y bajas expectativas de cara al futuro.</b>	Ayuda psicológica y visibilizar la importancia de la salud mental.
<b>Ambiente que induce al consumo de drogas y el cómo el individuo se ve persuadido para adaptarse a él.</b>	Ser consciente del entorno que nos rodea y lo vulnerable que podemos ser. Comprenderse a uno mismo.
<b>Problemas en la psique del individuo relacionados con la personalidad, problemas psicológicos que se crean.</b>	Autocontrol y percepción positiva con las relaciones que creamos en nuestro entorno.
<b>Habilidades sociales reducidas y nula inserción en un núcleo social.</b>	Solucionar la intransigencia a través de la concienciación y empatía.

(Elaboración propia)



- **BLOQUE 3: EL INDIVIDUO FRENTE A LA COMUNIDAD Y COMO PUEDE RECIBIR AYUDA:**

Este bloque es el más orientado a la participación ciudadana con lo cual se busca aplicar la retroalimentación recibida en programas previos para utilizarlo en este bloque. A su vez se busca tratar el cómo la comunidad reacciona frente situaciones de drogodependencia y establecer una serie de parámetros de actuación para crear un ambiente seguro para la ciudadanía, actuando no cómo individuo, si no como grupo para solventar y prevenir problemas de drogas.

Aparte del lado preventivo, este bloque le da mucha importancia a orientar a drogadictos, informando sobre grupos de apoyo y rehabilitación que ayuden a superar una adicción, siendo en estos programas donde se busca también visibilizar a aquellos que se encuentran en una situación de exclusión social, de modo que se realiza un trabajo de intervención para facilitar el proceso a las personas adictas.

La cartelería e infografías aplicada para la promoción y distribución de este bloque buscan promocionar eventos de *Activa tus sentidos*, no sólo el podcast sino que también eventos presenciales que se realizan para la prevención, como es el caso del día mundial contra el tabaco. De este modo se pretende reunir a la comunidad para reflexionar y aprender, así como participar en el propio proyecto (Tabla 4).

Tabla 4: Acciones de mejora bloque 4

La comunidad	Medidas frente las drogas
<b>Situaciones en las que el individuo dispone de drogas y se ve expuesto a una situación violenta.</b>	Visibilización de aquellos servicios sociales que apoyan a la causa y ponerlos a disposición.
<b>Marginación social por causas económicas.</b>	Visibilizar los problemas de brechas sociales y digitales y concienciar.

<b>Errores en la legislación y problemas donde las drogas tienen una cabida excesiva (EJ: tabaco o alcohol).</b>	Elaboración de sistemas y organizaciones comunitarias que protesten contra estos excesos por parte de la autoridad.
<b>Aceptación y consentimiento por parte de la mayoría de la comunidad hacia las drogas.</b>	Crear identidades individuales fuertes que logren influir y dar ejemplo a otros.
<b>Formación en drogodependencia de asociaciones, medios, centros educativos...</b>	Aumentar el número de campañas y promover las ya existentes mediante las tecnologías de información

- **BLOQUE 4: PROBLEMAS INTRAFAMILIARES RELACIONADOS CON DROGAS:**

Si bien ya se ha tratado previamente tanto el individuo como a la sociedad, en este bloque se aborda una temática mucho más específica. Se trata del cómo afectan las drogas en un entorno familiar, resulta importante por las numerosas situaciones que se dan en estos casos, con lo cual en este bloque se busca a través de testimonios y expertos en programas de dependencia informar de forma transversal el compromiso educomunicativo del proyecto *Activa tus sentidos*, así como recoger en los programas de podcast de este bloque el soporte que se le da a familias y como puede actuar de forma preventiva (Tabla 5).

Tabla 5: Acciones de mejora bloque 4

<b>La familia</b>	<b>Prevención problemas</b>
<b>Núcleo familiar caótico</b>	Dar a conocer el apoyo social que las familias pueden recibir para así poder establecer un patrón de comportamiento frente al caos.
<b>Conflicto entre la familia</b>	Creación de una serie de pautas a seguir para la resolución de conflictos estableciendo normas en casa.

<b>Consumo de drogas por parte de otro miembro de la familia.</b>	Estabilidad y protección del individuo frente una posible situación de riesgo.
<b>Falta de comunicación.</b>	Resolver diferencias reforzando los lazos a través del diálogo y la retroalimentación.
<b>Expectativas sociales creadas en torno a la familia difíciles de alcanzar</b>	Buscar una estabilidad familiar realista en la que a través de la consonancia y la afinidad se cree un entorno seguro.

(Elaboración propia)

#### 4.4. Recursos materiales, económicos y humanos

En cuanto a los recursos necesarios para realizar el podcast, se van a diferenciar tres categorías: recursos materiales, económicos y humanos.

- **Recursos materiales**

En cuanto a los recursos materiales no se necesitan equipo puntero, pues una ventaja del podcast es que hasta con un smartphone con micrófono adecuado se puede subir sin problema a los diferentes medios.

Las grabaciones se realizarán en la sede de EMA-RTV en la Cartuja, en Sevilla. Para una correcta grabación se necesitará (Figura 31):



Figura 31: Materiales. (Elaboración propia).

- **Recursos Económicos**

Dado el compromiso comunicativo y audiovisual que la asociación EMA-RTV posee, el proyecto se puede llevar a cabo sin problema ni desembolso económico alguno, ya que la asociación ya cuenta con el material suficiente por el hecho de tener que desarrollar su actividad económica, con lo cual el desembolso a hacer es muy bajo o ninguno.

Lo siguiente es una tabla presupuestaria que indica el presupuesto necesario para llevar a cabo un proyecto de podcast. Son productos que poseo personalmente y he utilizado a lo largo de la carrera de comunicación audiovisual e inclusive han sido usados para proyectos de podcast similares realizados en la Universidad de Sevilla y en el centro universitario EUSA, y también para la asociación EMA-RTV (Tabla 6).

Tabla 6: Material para la puesta en marcha de un podcast profesional.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Nikon d3300	1	498€	498€
Manfrotto Nitrotech 608 & ALU TWIN MID-LEVEL SPREADER	1	892€	892€

Asus vivobook pro 15 OLED	1	1099€	1099€
Lente de Retrato de 85 Mm F1.8 Enfoque Manual Marco Completo Compatible para Nikon D3300	1	136€	136€
Neewer 12mm/20mm/36mm Enfoque Auto Macro Tubo Extensión Set Metal Bayonet Compatible con Nikon D3300	1	52€	52€
Software edición profesional premiere Pro	3	24,19€/mes	72,57€
Software edición audio Audacity	0€	0€	0€
Software Shot Designer	0€	0€	0€
RØDE NT-USB - Micrófono (USB, 3.5 mm), color negro	4	144€	576€
Stagg SMC Cable del micrófono 3 YEL (3m, conector XLR a XLR) de color Negro	4	7€	28€
SYNCO G1 A1 2.4GHz Micrófono Solapa Inalámbrico Profesional para DSLR Cámara, Móvil, Videocámara, Laptop y Tablet, Compatible para Canon, Sony, Nikon, Microfono- Inalambrico Corbata-Profesional	4	100€	400€
SanDisk Extreme PRO - Tarjeta de Memoria SDXC de 64 GB, hasta 170 MB/s, UHS-I, Class 10, U3,V30	4	22€	88€
Western Digital Elements - Disco duro externo portátil de 1 TB con USB 3.0	1	50€	50€
AKG K52 Closed Back - Auriculares, 18 - 20000 Hz, 200 mW, 110 dB	4	30€	120€

Power Dynamics PDM-D301 mixer de 3 canales mesa de mezclas con USB para Pc interface de audio y ecualizador de 2 bandas	1	60€	60€
Neever 2 Pack Bi-Color 660 LED de Luz de Vídeo y Kit de Soporte Incluye: (2) 3200-5600K	1	225€	225€
<b>TOTAL</b>		<b>4296,57€</b>	

(Elaboración propia).

Esta tabla presupuestaria representa lo que costaría aproximadamente un podcast profesional, que no sólo trabaja el apartado del audio, sino que también dedica trabajo a la imagen. Esto implica producir en toda regla un producto audiovisual completo, contando con las diversas fases para la creación de un audiovisual como lo son el desarrollo de la idea, la preproducción, la producción, la postproducción y la distribución del producto.

La suma total no es representativa de lo que puede costar el equipo técnico necesario para iniciar a realizar grabaciones de podcast. Es el equipo que a modo personal me resulta más familiar y cómodo para ejercer dicha tarea con software y equipo técnico que me da la seguridad ante cualquier problema técnico por su fiabilidad. Y es que realmente un podcast se puede realizar con un presupuesto muy mínimo, como puede ser adquirir un teléfono móvil con un buen micrófono y utilizar dicho dispositivo para gestionar el apartado del software. Es parte del éxito del formato ya que prácticamente cualquiera puede iniciar uno sin complicaciones técnicas.

Cómo se ha señalado anteriormente en el caso de EMA-RTV se dispone de material audiovisual suficiente como para realizar un programa de podcast sin realizar un desembolso grande o inclusive sin realizar ninguna compra, no obstante, la tabla representa una propuesta que da resultados probados que puede añadirse a alguna

emisora adherida a la asociación o a cualquier radio que busque una inversión profesional en equipo especializado.

- **Recursos humanos**

Para la realización de los programas se necesitaría un trabajador que desempeñe el trabajo técnico, especialmente el apartado de sonido y poner en funcionamiento todo el equipo. Por otra parte, un conductor que sea el encargado de iniciar las charlas con los diferentes expertos, que participarían en el programa (psicólogos, miembros de asociaciones, alumnos...). Y por último un guionista, que marque las pautas para no pasarse del tiempo y los temas a tratar según el día.

#### 4.5. Evaluación

Para evaluar la efectividad de la propuesta se opta por utilizar varios métodos para mejorar la calidad del programa.

Por un lado, realización de escalas de valores descriptivas para comprobar que la información, que se transmite en el podcast está llegando al receptor, así como elaborar tablas rúbricas para asegurar que se llega a la meta.

Por otro lado, también se realizarán cuestionarios online, que se propondrán en las diversas redes sociales, utilizando, por ejemplo, los cuestionarios de las historias de Instagram para conseguir fácilmente respuestas. Estos se realizarán en todas las etapas de la retransmisión del podcast: al inicio, en la mitad y en el último podcast.

## 5. VALORACIONES FINALES

### 5.1. Conclusiones

Es primordial extraer conclusiones para analizar si se han cumplido las metas y objetivos planteados al inicio del presente Trabajo Final de Máster (TFM). Por ello, es adecuado contemplar críticamente si se han llevado a cabo, tanto los objetivos específicos como el objetivo general.

Comenzando con los objetivos específicos, se ha desempeñado exitosamente el hecho de comprender a la radio como herramienta de comunicación social. Es francamente sorprendente lo mucho que se aprende en una emisora comunitaria, más aún, en aquellas personas que hayan tenido experiencias en emisoras radiofónicas. El apartado técnico es prácticamente igual, el lado humano es digno de admiración y sin duda, el individuo logra desarrollar empatía y creer en llevar adelante proyectos sociales. Es una tarea gratificante en la que se vela por el bienestar de los demás.

Continuando con el apartado de catalogar los puntos clave que hacen de la radio el medio exitoso, la sensación es agrídulce pues se percibe el interés por parte del público, pero a la vez, muchos de los proyectos activos, no tienen el alcance deseado y caen en el olvido. Esto demuestra que aun siendo un medio tan prolífico, no todos los trabajos obtienen la recompensa merecida y quedan a medio camino. En el caso de las emisoras comunitarias estos proyectos tienen valores muy nobles, que realmente pretenden cambiar la situación de colectivos desfavorecidos. Si es entendible, por una parte, que una pieza muy importante en la comunicación actual son las redes sociales, que no siempre están tan cuidadas por parte de la asociación. Deben expandirse hacia otros horizontes y contemplar nuevos formatos que se adapten a los medios contemporáneos.

El punto de comprender la historia y la trayectoria de la radio social también crea ciertas dudas por lo poco que se revisan proyectos pasados. Si bien, es cierto, que acceder a muchos de ellos no es fácil. No se trata de algo negativo, ya que la asociación se enfoca más bien en los proyectos venideros y, los antiguos, los almacenan a modo de repositorio. Pese ello, sería interesante buscar mejorar la página Web, que almacena estos proyectos para acceder de forma más sencilla e intuitiva a dichos trabajos sociales,



de una calidad notable y merecen ser recordados para que prosigan su trabajo de concienciación.

Conocer los puntos fuertes y débiles de la asociación es una tarea importante, que se ha cumplido, especialmente en el apartado del análisis DAFO. A modo de resumen, queda claro que, a pesar de la histórica trayectoria de la asociación, todavía queda trabajo por hacer para modernizar sus canales de comunicación como es el caso de las redes sociales y la página Web. Para dar más voz a la asociación es necesario que se continúe el proceso de renovación que EMA-RTV ha iniciado. Dicho proceso ha permitido la ampliación del espacio del personal, mejorando, por tanto, sus condiciones de trabajo. Para continuarlo, sería apropiado tener en cuenta apartados relacionados con el diseño, pues el contenido de los proyectos es de una calidad sobresaliente, aunque necesitan promoción y distribución al nivel del contenido.

El último punto específico establecido ha sido cumplido con creces. Los valores de la asociación son claros y arraigados, con lo cual todo aquel que se implique un mínimo comprende estas aptitudes. Una vez aprendidas estas virtudes el comunicarlas requiere un proceso de adaptación tanto técnico como humano. El conocer el funcionamiento del equipo técnico es un apartado más importante de lo que en principio parece, con lo cual no sirve con tener buenas intenciones. Hay que aprender a gestionar los proyectos de una forma realista para lograr proporcionarles la visibilidad que necesitan.

Finalmente, el objetivo general de manejar infografías y cartelería, a la vez que aprender y colaborar con la asociación ha sido alcanzado. El hecho de que a la vez se haya sumado a una propuesta sólida de podcast es, sinceramente, una idea que hace sentirse realizado, pues se combina la comunicación con la educación, formando una propuesta audiovisual educomunicativa, que entra dentro del proyecto social de EMA-RTV.

## 5.2. Autovaloración crítica de las prácticas

Actualmente, existen diversos factores, que limitan por completo la experiencia de realizar prácticas. En general, a todos los sectores le ha afectado de una forma u otra la pandemia de coronavirus. Aunque a mediados de 2022 ya regresábamos a la

normalidad, en cuanto hablamos de instituciones y empresas se tienen que seguir siguiendo ciertas medidas y muchas prácticas se ven limitadas. Por un lado, la limitación del personal es obvia, lo cual provoca una limitación en los trabajadores que están creando contenido en la asociación a causa de la acumulación de trabajo. Por otra parte, las prácticas han coincidido con una remodelación de las instalaciones, que pretenden ampliar el espacio, lo cual mejora los antes dicho, pero irónicamente como las prácticas han coincidido con estas reformas el tamaño se ha reducido aún más y se ha complicado el trabajo a todo el mundo.

La comunicación bajo estas circunstancias a veces se torna algo complicada, y especialmente limitada por la corta duración de las prácticas, ya que al irse es cuándo se ha terminado de adaptar uno a la empresa. Una mayor estancia lograría un trabajo más fructífero.

En definitiva, estoy muy agradecido con haber podido formar parte de un medio comunitario que sin ánimo de lucro busca el bienestar común de la ciudadanía. El trabajo me ha resultado familiar por haber trabajado previamente en el sector audiovisual y conocer el funcionamiento de una radio, sin embargo, el ambiente participativo y especialmente el compromiso de la asociación con su audiencia ha logrado conmoverme, especialmente por el margen que otorga a los más desfavorecidos para tener voz y ajustar sus condiciones al ciudadano promedio. Un punto muy positivo es el realmente apreciar lo que es el trabajo en equipo y sacar proyectos adelante, inclusive a nivel internacional. Esto fomenta un entorno crítico en el que a través de la reflexión se persigue realizar un trabajo de calidad.

### 5.3 Limitaciones y perspectivas futura de la propuesta

No es realista anticiparse al resultado más posible, que puede suceder con la propuesta planteada, todo en pro de comprobar si los objetivos e ideas iniciales han llegado a lo esperado. Siempre resulta interesante realizar un análisis crítico para definir el estado del proyecto, si necesita ampliarse, continuar en la línea planteada o, inclusive, crear nuevos bloques para en el futuro proseguir con el programa de podcast.

El podcast es hoy en día una propuesta vistosa e innovadora a pesar de su aparente sencillez. No obstante, un obstáculo claro a la propuesta planteada es, sin duda, la feroz competencia. Es un hecho que el mercado de podcast, actualmente, está saturado y no todos los programas logran atravesar la barrera y darse a conocer. A ello, se suma la tarea de realizar una buena distribución a través de las diferentes redes sociales.

A pesar de este contexto, esta propuesta educomunicativa tiene el potencial para darse a conocer. Esto se debe a que viene respaldada por la propia asociación., alcanzando el sello de calidad de EMA-RTV. Por otra parte, el combinar infografías y cartelaría como material promocional para distribuirse a través de redes sociales es un punto que puede beneficiar mucho a la asociación, pues EMA-RTV aún no se ha dado a conocer a través de RRSS como *TikTok* o *Instagram*. Esto le da mucho margen de mejora y este programa puede marcar el inicio para que comience un nuevo recorrido a través de las dos redes sociales ya mencionadas, que son sin duda un buen canal para obtener la visibilidad deseada tanto en este proyecto como en otros de la asociación.

El podcast puede enlazarse fácilmente a estas redes sociales. Tienen la capacidad de llegar a grandes audiencias, especialmente en la actualidad, pues lleva años proliferando como un nuevo formato. Resulta interesante llegar a personas que no se interesaron por un tema específico, pero si lo hagan gracias al podcast (Wang, 2016).

Por otro lado, la audiencia que se busca tener es la juventud, especialmente en alumnos de secundaria y bachillerato. Es por ello, que la elección de estas redes y el uso de cartelaría no es aleatoria. En ambas redes es frecuente encontrarse con cartelaría que busca prevenir todo tipo de comportamientos nocivos en diferentes campos, como es la psicología, por lo cual teniendo en vistas al futuro es un buen movimiento combinar el uso de infografías para impulsar el proyecto de podcast. El podcast se ajusta al medio digital y encaja en la audiencia que se busca por lo innovador que está siendo el medio en los últimos años.

Otro factor que respalda el proyecto es el hecho de que persigue la misma meta que la asociación, el ser un medio de inclusión social y realizar un servicio a los ciudadanos. Reúne los valores para ser una propuesta educomunicativa sólida, que

trabaje un problema que es real entre la juventud. Ser parte de un proyecto como es *Activa tus sentidos* para lograr posicionar rápidamente al apartado de podcast como otro compromiso social de la asociación y romper con la brecha digital. De este modo, la finalidad no es otra que llegar a la máxima audiencia posible, empleando todos los medios necesarios y otorgándole la capacidad de ser un servicio a los ciudadanos. Lo fácil que resulta darle continuidad al estar unido a *Activa tus sentidos* y lo sencillo que es mantener todos los recursos que dan vida al programa hacen que sea una propuesta competitiva que encaja en el marco de la asociación

No cabe duda de que el formato podcast resulta complementario a la radio, casa muy bien con el estilo radiofónico y no tiene por qué ser considerado como algo que opaca a este medio de comunicación. En este caso, el uso del podcast es más bien complementario y una forma de expandir horizontes hacia las redes sociales, realizando una campaña de promoción a través de la cartelera. Este formato es óptimo para la audiencia que se busca, puesto que el objetivo es que el mensaje llegue especialmente a adolescentes, y es en las redes sociales donde encontramos la pluralidad.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguaded, J. (1993). Comunicación audiovisual en una enseñanza renovada. propuestas desde los medios. Huelva: Grupo Pedagógico Andaluz Prensa y Educación, 1993. <https://bit.ly/3LYkdkK>
- Alfonso, I.B., & Martínez, P.F. (2004). El lenguaje radiofónico: La comunicación oral. Fragua. <https://bit.ly/3wRCM4A>
- Andrade-Martínez, C. (2020). La educomunicación de don bosco y la formación de universitarios como buenos ciudadanos. Estudios Pedagógicos (Valdivia), 46(3), 7-19. <https://bit.ly/3wU6qHR>
- Azorín-Abellán, C.M. (2016). ¡Abre los ojos! un proyecto de mejora educativa para la prevención de drogas en adolescentes. Revista Complutense De Educación, [https://doi.org/10.5209/rev\\_RCED.2016.v27.n1.45532](https://doi.org/10.5209/rev_RCED.2016.v27.n1.45532)
- Cortés-Fuentes, J., & Correyero-Ruiz, B. (2017). Radio y empoderamiento social. usos y gratificaciones del taller de radio para las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo. El Profesional De La Información (EPI), 26(1), 55-65. <https://doi.org/10.3145/EPI>
- Díaz, J.Q., Miravalles, M.P.T., & Martínez, R.M.G. (2021). La matriz DAFO. La Matriz DAFO, <https://bit.ly/38YvBzw>
- Emisoras municipales y comunitarias de Andalucía. (s.f) EMA-RTV. <https://bit.ly/3MONT57>
- Fundación La Caixa. (s.f) Fundación La Caixa. <https://bit.ly/3t0S6e0>
- González-Conde, J. (2003). Ámbitos de actuación de la radio educativa y su integración en el contexto escolar. Red Digital: Revista De Tecnologías De La Información Y Comunicación Educativas, Volumen 4. <https://bit.ly/3NGowCE>
- Jiménez-Lara, A. (2009). Nuevas tecnologías y discapacidad. oportunidades y retos. La Imagen Social De Las Personas Con Discapacidad. Estudios En Homenaje a José Julián Barriga Bravo. Madrid: Ediciones Cinca, , 137-164. <https://bit.ly/3t0sYnP>

- Junta de Andalucía (s.f) Junta de Andalucía. <https://bit.ly/3IPssVH>
- Maldonado, H., & Willman, H.M. (2009). Manual de comunicación oral. Pearson Educación. <https://bit.ly/3wSgeki>
- Marta-Lazo, C., López, J.G., Ortiz-Sobrino, M.A., & Penalva-Tobías, S. (2020). Revisión de la literatura científica de la radio universitaria como instrumento de educación mediática. Cuad. Inf. Comun., (ART-2020-119741)  
<https://doi.org/10.5209/ciyc.68277>
- Moreno-Espinosa, P. (2005). La radio en la sociedad multimediática. (redacción y programación). Las Tecnologías Periodísticas: Desde El Ayer Al Mañana. (Pp.385-400), <https://bit.ly/3LSPPs3>
- Pena, D.M., & Giorgi, M. (2019). La radio universitaria como alternativa de formación y comunicación. Documentos De Trabajo (Fundación Carolina): Segunda Época, (18), 1. <https://bit.ly/3INgegf>
- Perse, E.M., & Courtright, J.A. (1993). Normative images of communication media mass and interpersonal channels in the new media environment: Mass and interpersonal channels in the new media environment. Human Communication Research, 19(4), 485-503. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1993.tb00310.x>
- Real-Adame, L., Martín-Pena, D., & Parejo-Cuéllar, M. (2020). La radio universitaria como herramienta de inclusión social: OndaCampus en contextos como la cárcel y barrios desfavorecidos. Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación, 47, 135-153. [Http://doi.org/10.12795/ambitos](http://doi.org/10.12795/ambitos)
- Rodas-Soto, B.I., & Celleri-Aveiga, A. (2017). Influencia de la radio con un enfoque educucomunicativo para la formación ciudadana. <https://bit.ly/3NCNgD4>
- Rodero-Antón, E. (2020). La radio: El medio que mejor se comporta en las crisis. hábitos de escucha, consumo y percepción de los oyentes de radio durante el confinamiento por el covid-19. El Profesional De La Información.2020; 29 (3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.06>

- Rodríguez, C. (2010). De medios alternativos a medios ciudadanos: Trayectoria teórica de un término. *Folios, Revista De La Facultad De Comunicaciones*, (21) <https://bit.ly/3z2Y3uJ>
- Sabés-Turmo, F., & Parra-Valcarce, D. (2014). Del consumidor al prosumidor: Responsabilidades legales de los informers. *Profesional De La Información*, 23(5), 511-518. <https://doi.org/10.3145/epi.2014.sep.08>
- Uriarte, S. (2007). La importancia de la radio. *Teleactualidad[MOU1]* . <https://bit.ly/3GFw6LD>
- López-Vidales, N., Rubio, L.G., & Lera, M.H. (2016). Las radios universitarias, ¿escaparate de la radio del futuro?: Los jóvenes como creadores de contenidos radiofónicos. Paper presented at the *La Pantalla Insomne*, 31-56. <https://bit.ly/3wSKw7B>
- Villanueva, S.B. (2018). La radio como herramienta para el cambio social a través de la cooperación. *Cooperación Al Desarrollo II*, 43. <https://bit.ly/3ag8ocs>
- Wang, S. (2016). *All the news that's fit to podcast: Newspapers try out audio*. Nieman Lab. <https://bit.ly/3POdwos>

## 7. ANEXOS


### 7.1. Figuras y justificación gráfica




Figura 32: Cartel alternativo día sin tabaco. (Elaboración propia).



## ACTIVA TUS SENTIDOS: DÍA MUNDIAL CONTRA EL TABACO




### TU CUERPO CUANDO DEJAS DE FUMAR




**12 HORAS**

A LAS 12 HORAS EL NIVEL DE MONÓXIDO DE CARBONO DE TU CUERPO VUELVE A SER NORMAL




**2 DAYS**

A LOS DOS DÍAS TUS SENTIDOS DEL OLFATO Y DEL GUSTO MEJORAN MUCHO SE REACTIVAN PORQUE SU NERVIÓ COMIENZA A SANAR.




**2 WEEKS**

A LAS DOS SEMANAS TUS PULMONES SE LIMPIAN Y COMIENZAN A FORTALECERSE.



**9 MONTHS**

A LOS NUEVE MESES TU CUERPO ES CAPAZ DE LLEVAR A CABO LAS ACTIVIDADES DIARIAS CON MENOS FATIGA ¡GENIAL!



**IMPORTANTE**

DEJAR DE FUMAR REDUCE EL RIESGO DE PADECER UNA ENFERMEDAD CARDÍACA.










Figura 33: Infografía beneficios dejar de fumar. (Elaboración propia).



Figura 34: Entrada a los módulos. (Elaboración propia).

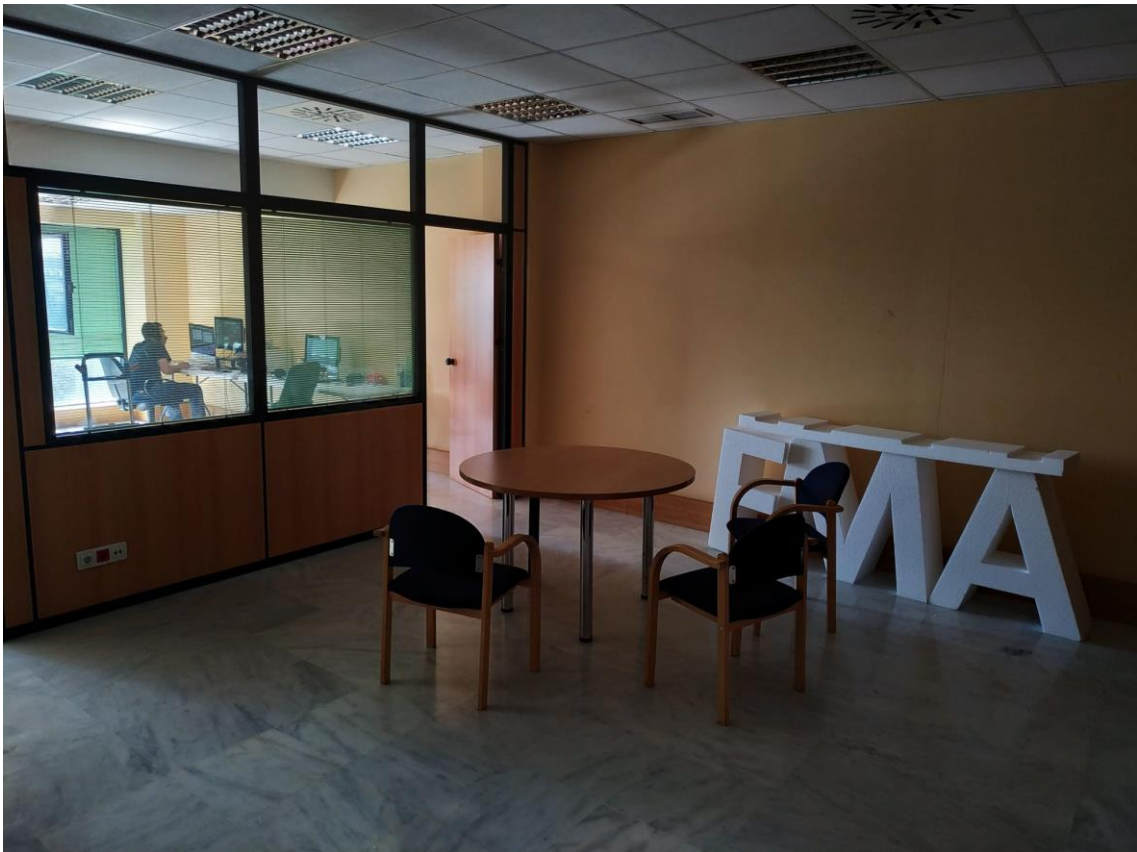


Figura 35: Sala de reuniones y trabajo.



Figura 36: Esquema de tareas y vistas al exterior. (Elaboración propia).



Figura 37: Trabajo para redacción. (Elaboración propia).



Figura 38: Sala edición. (Elaboración propia).

## 7.2. Cuaderno bitácora

### DÍA 1

Tabla 7: DÍA 1 Prácticas

TAREAS	OBSERVACIONES
<b>Primer acercamiento a la asociación. Conocer al equipo humano y las instalaciones de la asociación. Revisar todo el equipo técnico y presentación de los proyectos más recientes.</b>	<p>El día uno de las prácticas es básicamente una primera toma de contacto con el entorno radiofónico. Se dedica el día a conocer las infraestructuras de la zona de trabajo y conocer uno a uno los diferentes departamentos y la metodología de trabajo que la asociación posee. Es crucial también entender la filosofía y el compromiso social que la asociación posee, de tal forma que el periodo de adaptación sea más sencillo.</p> <p>Por ello nos indican diferentes sugerencias. Se finaliza el día revisando los diversos proyectos creativos y propuestas.</p> <p>La asociación se encuentra limitada en el momento y trabaja bajo mucha presión por la acumulación del trabajo.</p> <p>El día es clave para demostrar los conocimientos técnicos que el alumnado en prácticas posee, así como del manejo de software de edición de video y de audio.</p>

(Elaboración propia)

## DÍA 2

Tabla 8: DÍA 2 Prácticas

TAREAS	OBSERVACIONES
<p><b>Conocer el funcionamiento del área de redacción</b></p> <p><b>Análisis de los diversos programas y la parrilla actual que presentan las diferentes emisoras.</b></p>	<p>En el segundo día observamos y aprendimos como los trabajadores de la asociación seguían los pasos para crear contenido en el área de redacción.</p> <p>También nos familiarizamos más con los diferentes programas que se usa en general en la asociación, siendo los más comunes Canva, el paquete de Office y algunos programas de Adobe.</p> <p>El trabajo de este departamento se realiza con total seriedad y compenetración. El entendimiento entre compañeros en este departamento es fundamental por el hecho de que debe estar en consonancia a los departamentos de audiovisuales y subida de contenido a la web.</p> <p>Junto al resto pasamos a revisar los titulares del día y a revisar que no tengan errores gramaticales.</p>

(Elaboración propia).

### DÍA 3

Tabla 9: DÍA 3 Prácticas

TAREAS	OBSERVACIONES
<p><b>Revisión de contenidos en redacción</b></p> <p><b>Corrección ortográfica de los próximos titulares de la sección de noticias en la página web de EMA-RTV.</b></p>	<p>En el día el encargado y tutor de nuestras prácticas nos lleva a los alumnos en prácticas al área de proyectos, dónde pasamos a revisar los diferentes proyectos que la empresa mantiene en activo y otros de cooperación internacional que ha llevado años atrás.</p> <p>Rápido comprendemos que el pilar fundamental de la asociación es el compromiso con la sociedad y la participación ciudadana.</p> <p>Revisamos proyectos actuales como es Andalucía de Este a Oeste, Andalucía es Diversa o Activa tus Sentidos. Siendo este último el proyecto en el que más participación e implicación he tenido personalmente.</p> <p>También entendemos más el funcionamiento de la empresa, que colabora con grandes respaldos como es la propia Junta de Andalucía o la Administración Pública.</p> <p>Se vuelve comprensible el entender la presión que sufre al ser una entidad que colabora con varias decenas de emisoras y ayuntamientos, por lo tanto siempre mantiene proyectos en activo.</p>

(Elaboración propia)

## DÍA 4

Tabla 10: DÍA 4 Prácticas

TAREAS	OBSERVACIONES
<b>Conociendo el área de proyectos</b> <b>Comprobación y revisión de los proyectos sociales en los que la asociación trabaja actualmente.</b>	<p>Este día también realizamos trabajo en el área de proyectos. De tal forma que se nos reunió a los alumnos en prácticas para pensar y proponer ideas para fortalecer los proyectos en activo.</p> <p>Yo destacué el proyecto de Activa tus sentidos, especialmente por el trabajo educomunicativo que realiza de cara a los institutos en cuanto a prevención de drogas se refiere.</p> <p>Por ello inicio las tareas de diseño para dicho proyecto pensando en ideas y sugiriendo aportaciones a la asociación para trabajar en base a tal proyecto.</p>

(Elaboración propia)

## DÍA 5

Tabla 11: DÍA 5 Prácticas

TAREAS	OBSERVACIONES
<b>Preparación y análisis para la creación de una propuesta de intervención.</b> <b>Lluvia de ideas en la que participan los alumnos que han entrado recientemente en las prácticas junto algunos trabajadores de la asociación.</b>	<p>Se realiza otra pequeña sesión de “Brainstorming” para ver el material comunicativo y educativo que cada alumno ha preparado con lo cual ponemos en común las aportaciones que tenemos en mente para contribuir con la asociación.</p> <p>Por mi parte ya había pensado y diseñado para el proyecto Activa tus sentidos el día antes, pues me pareció una opción adecuada para el marco que quiero trabajar.</p>



	<p>Ya decidido, me indicaron los parámetros que debía seguir para realizar infografías para la empresa.</p> <p>Hago las preparaciones para un evento en Arcena, Huelva, para el martes 31 de mayo, Día Mundial contra el Tabaco. Inicio el diseño de un cartel tipo para los 3 eventos del proyecto ACTIVA TUS SENTIDOS.</p> <p>Programa de televisión realizado por Tele Arcena y Onda Local de Andalucía (EMA-RTV).</p> <p>Es un proyecto financiado por la Consejería de Salud y Familias de la Junta de Andalucía-</p>
--	--

(Elaboración propia)

## DÍA 6

Tabla 12: DÍA 6 PRÁCTICAS

TAREAS	OBSERVACIONES
<p><b>Aproximación al estudio de sonido</b></p> <p><b>Conociendo el software de sonido utilizado frecuentemente por la empresa para la creación de programas radiofónicos y audiovisuales.</b></p>	<p>Hoy toca trabajar específicamente el área de sonido, con lo cual se nos da unas pautas con un ejemplo por delante de cómo se realiza un programa radiofónico.</p> <p>En primer lugar, se nos presenta el software como Audacity y el equipo técnico que se va a usar como es un micrófono que capte bien el sonido. Resulta importante el hecho de crear un entorno en el que no haya reverberación o eco.</p> <p>Puesto que yo ya tenía conocimientos de edición de sonido en software de edición de audio no he tenido mucho problema en este apartado ya que se procesar audios, es más al ser un software familiar no ha sido algo novedoso para mí.</p>

	<p>Por ello he normalizado audios y he ecualizado los sonidos graves y los agudos, todo a través de la opción de graduar.</p> <p>Otra tarea es reducir el sonido de fondo, a pesar de que al poseer buen equipo de grabación y un entorno óptimo para grabar sonidos no ha sido muy necesario, igualmente en la opción de reducir ruidos se elimina ese percance por completo.</p> <p>Por último, como siempre hemos hecho una observación de los programas que se realizan.</p>
--	--

(Elaboración propia)

## DÍA 7

Tabla 13: DÍA 7 Prácticas

TAREAS	OBSERVACIONES
<p><b>Visita a una grabación en vivo</b></p> <p><b>Corrigiendo problemas menores de efectos de sonido.</b></p>	<p>De nuevo asistimos a la zona de grabación de audios. Se nos encomienda una tarea similar a la del día anterior ya sabiendo todos los compañeros los parámetros a seguir. El programa Audacity después de todo es desde mi punto de vista uno muy intuitivo y fácil de adaptarse, existen otros softwares más complejos pero para iniciarse es fácilmente uno de los más accesibles para novatos.</p> <p>Las tareas esta vez consisten en amplificar el sonido, limpiar el ruido de fondo, eliminar la distorsión y normalizar los diferentes audios.</p> <p>Si bien he aprendido que un error puede cargarse el audio, ya que a veces al tocar estos apartados podemos perder la información que nos proporciona el sonido,</p>

	un ejemplo es al amplificar el sonido, pues al bajarlo no se recupera. Por ello debemos siempre tener una copia de respaldo, por si volvemos a necesitar el audio original.
--	---

(Elaboración propia)

## DÍA 8

Tabla 14: DÍA 8 Prácticas

TAREAS	OBSERVACIONES
<b>Comprobación del área audiovisual. Examinando el contenido subido a la web. Estudio del apartado de noticias de EMA-RTV. Entendiendo el área audiovisual y su equipo técnico, así como la visualización de reportajes realizados por la asociación.</b>	El día de hoy ha sido dedicado al apartado de noticias de la asociación. Se ha realizado un repaso a la trayectoria de la organización, todo con el fin de comprender el proyecto y que la propuesta educativa que realizamos cada uno sea lo más sólida posible, así como acorde a los valores de la asociación y que vaya en línea a lo ya realizado por su parte.

(Elaboración propia)

## DÍA 9

Tabla 15: DÍA 9 Prácticas

TAREAS	OBSERVACIONES
<b>Trabajo en el apartado audiovisual. Corrección y revisión de los artículos periodísticos publicados ese día.</b>	El día de hoy se ha dedicado a corregir ortográficamente los siguientes artículos para publicarlos posteriormente:

	<p>-El voluntariado como telón de fondo del asociacionismo y la ayuda más desinteresada, en dos organizaciones de Málaga y Sevilla.</p> <p>-“Andalucía, De Este a Oeste” visita este viernes La Iruela y el entorno del Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas para visibilizar la riqueza natural, turística y patrimonial de esta localidad jiennense.</p>
--	---

(Elaboración propia)

## DÍA 10

Tabla 16: DÍA 10 Prácticas

TAREAS	OBSERVACIONES
<p><b>Inicio del desarrollo de la propuesta de intervención.</b></p> <p><b>Se procede a iniciar la cartelería e infografías que serán utilizadas por la asociación y posteriormente para el proyecto de podcast planteado.</b></p>	<p><b>Activa tus sentidos</b></p> <p>Prosigo el trabajo del diseño de la cartelería e infografías. La asociación utiliza frecuentemente Canva por lo cual me decanto por seguir esa línea de trabajo, ya que después de todo esta herramienta es muy útil y sobre todo sencilla de utilizar, dando a su vez resultados buenos y sobre todo creativos.</p> <p>Realizo una observación de los diferentes programas radiofónicos y de los reportajes audiovisuales creados para la campaña Activa tus sentidos. Todo ello para extraer ideas y sobre todo para no pisar con el programa radiofónico y aportar un extra al proyecto, pues la intención del podcast es complementaria.</p>

(Elaboración propia)

## DÍA 11

Tabla 17: DÍA 11 Prácticas

TAREAS	OBSERVACIONES
<p><b>Continuar trabajando el contenido digital propuesto.</b></p> <p><b>Se prosigue trabajando en el apartado de la cartelería e infografías que serán utilizadas por la asociación y posteriormente para el proyecto de podcast planteado.</b></p> <p><b>Estudiar el sistema informático y comprender el montaje.</b></p> <p><b>Al editar el audio sincronizar sonido y realizar un tratamiento para ecualizar y mejorar la calidad audio.</b></p>	<p>Revisión del calendario de los proyectos de Activas tus sentidos. Observamos más trabajo de montaje y continuamos trabajando en el programa Audacity.</p> <p>Se nos da tiempo para continuar con las tareas individuales, dedico el tiempo a retocar infografías y visualizar los reportajes audiovisuales realizados para Activas tus sentidos.</p> <p>Cuando termino busco información de los proyectos internacionales realizados por EMA-RTV para incluirlos en el trabajo final.</p>

(Elaboración propia)

## DÍA 12

Tabla 18: DÍA 12 Prácticas

TAREAS	OBSERVACIONES
<p><b>Refuerzo para la propuesta y despedida.</b></p>	<p>Retoques finales del trabajo realizado todas las semanas en EMA-RTV. Ha sido gratificante comprender el funcionamiento de una asociación con unos valores tan arraigados y altruistas.</p> <p>Mantengo el contacto a través del entorno digital en caso de que la asociación vuelva requerir de mi participación.</p>

(Elaboración propia)