



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación

Carrera de Comunicación

El uso del podcast como herramienta periodística para la difusión y consumo de información en las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja.

**Trabajo de Integración Curricular,
previo a la obtención del título de
Licenciado en Comunicación.**

AUTOR:

José Félix Martínez Yunga

DIRECTOR:

Lic. Alex Rene Jaramillo Campoverde Mg. Sc.

Loja - Ecuador

2024

Certificación

Loja, 3 de abril de 2024

Lic. Alex Rene Jaramillo Campoverde Mg.Sc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **El uso del podcast como herramienta periodística para la difusión y consumo de información en las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja.**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación**, de la autoría del estudiante **José Feliz Martínez Yunga**, con **cédula de identidad Nro. 1105220287**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Lic. Alex Rene Jaramillo Campoverde Mg.Sc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **José Félix Martínez Yunga**, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mí del Trabajo de Integración Curricular, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:



Cédula de identidad: 1105220287

Fecha: 3 de abril del 2024

Correo electrónico: jose.f.martinez@unl.edu.ec

Teléfono: 0988724031

Carta de autorización por parte del autor, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **José Félix Martínez Yunga** declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **El uso del podcast como herramienta periodística para la difusión y consumo de información en las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja.**, como requisito para optar el título de **Licenciado en Comunicación**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la virtualidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los tres días del mes de abril de dos mil veinticuatro.

Firma:



Autor: José Félix Martínez yunga

Cédula: 1105220287

Dirección: Carigán - Loja

Correo electrónico: jose.f.martinez@unl.edu.ec

Teléfono: 0988724031

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Mg. Sc. Alex René Jaramillo Campoverde

Dedicatoria

Luego de arduo trabajo, tengo la satisfacción de cumplir con uno de mis objetivos de vida, ser Comunicador, razón por la cual dedico este trabajo investigativo a:

Mis padres Joselito y Gloria, a mi esposa Melissa y mi hija Joeli, que fueron pilar fundamental en mi formación académica, brindándome su apoyo incondicional, siendo pacientes y comprensibles, ayuda que me permitió llegar a ser un profesional y así cumplir con el objetivo planteado. Gracias familia.

José Félix Martínez Yunga

Agradecimiento

Al plantearse objetivos que te permitan crecer como persona, tal como lo es un proyecto para desarrollar un Trabajo de Integración Curricular, son varias las personas que intervienen, ya sea en la enseñanza, desarrollo, apoyo, consejo, entre otros; es así que agradezco a todos aquellos que formaron parte de este que es uno de mis objetivos, de manera especial a:

Mis padres, mi esposa, a las autoridades y docentes de la Universidad Nacional de Loja, Facultad de La Educación, El Arte y La Comunicación en especial a la Carrera de Comunicación, así como a Expertos en el tema y encargados de cada uno de los medios de comunicación radial, así mismo, al Lic. Joselito Martínez Pérez y a la Ing. Yosselyn Martínez, por ayudarme en el proceso de investigación, quiero además ratificar mi agradecimiento al director de tesis Mgs. Alex Jaramillo, por su valiosa orientación en el presente trabajo permitiéndome culminar mi carrera con éxito.

José Félix Martínez Yunga

Tabla de contenido

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimientos	vi
Tabla de contenido	vii
Índice de tablas:	ix
Índice de gráficos:	x
Índice de anexos:	x
1 Título	1
2 Resumen	2
3 Introducción	4
4 Marco Teórico	6
4.1 La difusión y consumo de información.....	6
4.2 Comunicación	7
4.2.1 Periodismo en la Comunicación	7
4.3 Podcast	7
4.3.1 Tipos de podcast y clasificación	8
4.3.2 Pasos para la elaboración de un podcast.....	9
4.4 La radio	10
4.4.1 Características generales de la radio.....	10
4.4.2 Tipos de radios.....	11
4.4.3 Lenguaje Radiofónico.....	12
4.5 La radio en Loja	12
4.6 Radios Objeto de Estudio.....	13
4.6.1 Radio Universitaria.....	13
4.6.2 Radio UTPL.....	16
4.6.3 Kocodrilo Radio	17
4.6.4 Sr Radio	19
4.6.5 Radio Sociedad	21

5 Metodología.....	23
6 Resultados	30
7 Discusión.....	47
8 Conclusiones.....	50
9 Recomendaciones.....	51
10 Bibliografía.....	52
11 Anexos.....	55

Índice de Tablas:

Tabla 1. Tipos de Podcast 1.....	8
Tabla 2. Tipo de Podcast 2	9
Tabla 3. Pasos para la elaboración del podcast	9
Tabla 4. Tipos de radio 1	11
Tabla 5. Tipos de radios 2	11
Tabla 6. Misión, Visión y Valores de la Radio Universitaria	14
Tabla 7. Parrilla de Programación Radio Universitaria	14
Tabla 8. Parrilla de programación Radio UTPL.....	17
Tabla 9. Misión y Visión radio Kocodrilo	18
Tabla 10. Parrilla de Programación Kocodrilo Radio	18
Tabla 11. Misión y Visión de Sr Radio	20
Tabla 12. Parrilla de Programación Sr Radio.....	20
Tabla 13. Misión y Visión de Radio Sociedad.....	22
Tabla 14. Parrilla de Programación Radio Sociedad.....	22
Tabla 15. Datos geográficos y climáticos de la ciudad de Loja	24
Tabla 16. Radios más sintonizadas en la ciudad de Loja	24
Tabla 17. Perfiles de expertos o especialistas en el mundo radiofónico y podcast.....	30
Tabla 18. Perfiles de propietarios o encargados de las radios que hacen uso del podcast	32
Tabla 19. Radios Análogas y digitales que hacen uso del podcast	34
Tabla 20. Características de los Podcast de las radios que hacen uso del mismo.	35
Tabla 21. Propuesta para la realización de un podcast.....	44
Tabla 22. Propuesta de guion de emisión.....	45

Índice de Gráficos:

Gráfico 1. Slogan Radio Universitaria 98.5 FM	13
Gráfico 2. Página web de la Radio UTPL	16
Gráfico 3. Frase Kocodrilo Radio	17
Gráfico 4. Slogan de SrRadio	20
Gráfico 5. Slogan Radio Sociedad	22
Gráfico 6. Mapa de la ciudad de Loja	23
Gráfico 7. Frecuencia con la que escuchan la radio	38
Gráfico 8. Tipo de radio que escuchan	39
Gráfico 9. Tipo de radio que escuchan	39
Gráfico 10. Finalidad por la que sintonizan las emisoras.....	40
Gráfico 11. Conocimiento del término Podcast	40
Gráfico 12. Definición del término podcast por parte de los encuestados	41
Gráfico 13. Podcast que los encuestados han escuchado	41
Gráfico 14. El podcast es una buena opción para informarse.....	42
Gráfico 15. Consideración si todas las radios deberían poseer un podcast periodístico	43

Índice de Anexos:

Anexo 1. Entrevista a expertos en el mundo radiofónico y podcast(Ph.D. Hernán Yaguana) 55	55
Anexo 2. Entrevista a expertos en el mundo radiofónico y podcast (Tito Ballesteros)	56
Anexo 3. Entrevista a propietarios o encargado de Radio Sociedad-Leonardo Eras.....	57
Anexo 4. Entrevista a propietario o encargado de Radio Universitaria-Paulina Jara	58
Anexo 5. Entrevista a propietario o encargado de Kocodrilo Radio-Fabrizio Oñate	58
Anexo 6. Entrevista a propietario o encargado de Sr Radio-Pablo SanMartín.....	59
Anexo 7. Entrevista a propietario o encargado de Radio UTPL-Lourdes Quezada	60
Anexo 8. Ilustración de modelo propuesta de podcast.....	61
Anexo 9. Certificación de traducción del resumen	62

1 Título

El uso del podcast como herramienta periodística para la difusión y consumo de información en las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja.

2 Resumen

En la actualidad la información ha evolucionado conforme a las necesidades de los usuarios, explorando nuevas alternativas de difusión dentro del universo de la comunicación y conduciendo a los oyentes a un nivel de participación activo, el podcast se ha convertido en una herramienta de alcance directo hacia los usuarios y una alternativa radial encaminada a la fomentación de información. La presente investigación tiene como objetivo general "Analizar el podcast como herramienta periodística para la difusión y consumo de información en las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja", como objetivos específicos se determinó los siguientes: Identificar radios análogas y digitales de la ciudad de Loja que hagan uso del podcast para compartir información; examinar si el podcast periodístico cumple con las características técnicas y de contenido; determinar la aceptación del podcast como herramienta de información, y finalmente proponer un manual para la producción del podcast periodístico. La investigación parte desde un enfoque de carácter mixto, lo cual ayudó con la recopilación y análisis de toda la información, además se emplearon métodos de investigación tales como: Científico, descriptivo y analítico, que con ayuda de las técnicas, como son la de observación, entrevistas y encuestas, se conoció la situación actual de las diferentes radios tanto análogas como digitales de la ciudad de Loja, así mismo se identificó las diferentes características, técnicas y de contenido difundido por las mismas, analizando el escenario de comprensión, elaboración y desarrollo del uso del podcast; de esta manera se reconoció la adaptación que tiene esta herramienta periodística con la ciudadanía lojana. Finalmente se logró proponer un manual para la producción de un podcast que sirva de guía y promueva el uso del mismo, aportando de manera positiva a la audiencia a través del uso del podcast como instrumento de enseñanza- aprendizaje comunicacional.

Palabras clave: *Podcast, radios análogas, radios digitales, herramienta periodística, difusión de información.*

Abstract

Currently, information has evolved according to the needs of users, exploring new dissemination alternatives within the universe of communication and leading listeners to a level of active participation, the podcast has become a tool for direct outreach towards users and a radio alternative aimed at promoting information. The general objective of this research is to "Analyze the podcast as a journalistic tool for the dissemination and consumption of information on analog and digital radio stations in the city of Loja", as specific objectives the following were determined: Identify analogue and digital radio stations in the city from Loja to make use of the podcast to share information; examine whether the journalistic podcast meets the technical and content characteristics; determine the acceptance of the podcast as an information tool, and finally propose a manual for the production of journalistic podcasts. The research starts from a mixed approach, which helped with the collection and analysis of all the information. In addition, research methods were used such as: Scientific, descriptive and analytical, which with the help of techniques, such as observation , interviews and surveys, the current situation of the different analog and digital radio stations in the city of Loja was known, and the different characteristics, techniques and content disseminated by them were also identified, analyzing the scenario of understanding, elaboration and development from the use of the podcast; In this way, the adaptation that this journalistic tool has with the citizens of Loja was recognized. Finally, it was possible to propose a manual for the production of a podcast that serves as a guide and promotes its use, contributing positively to the audience through the use of the podcast as a communicational teaching-learning instrument.

Keywords: *Podcast, analog radios, digital radios, journalistic tool, dissemination of information.*

3 Introducción

La radio, es un sistema de comunicación global, que se puede encontrar en formatos como son la radio digital y la radio análoga; ambas versiones desempeñan funciones como es las de transmitir y difundir información necesaria y diversificada para su audiencia, permitiendo a los usuarios, una forma de consumo, dependiendo de sus gustos e intereses.

Con el avance tecnológico, es notorio como varios medios de comunicación han optado por introducirse en el mundo de la tecnología, sin dejar de lado el trabajo tradicional, este es el caso de la radio, que, con diferentes proyectos de comunicación e información, busca fomentar la difusión a partir de la capacidad de discernir y la disponibilidad de datos informativos; incluyendo herramientas periodísticas, como es el caso del podcast.

La migración del sistema mediático al entorno digital impuso una transformación sobre el funcionamiento de las industrias culturales. Transformación que es evidente y que actúa de forma directa a los medios de comunicación tradicionales, los que se vieron obligados a innovar con nuevas técnicas e instrumentos que fomenten la información como una nueva vía periodística atractiva para el consumidor, lo que es sustentando por Pérez et al. (2018).

El podcast se vuelve una estrategia en la oferta radial, permitiendo y generando un concepto de producción y difusión a través de una nueva e innovadora forma de emisión radial, constituyendo un nuevo acceso y beneficiando la esencia radial.

La presente investigación busca corroborar el uso del podcast como herramienta periodística para la difusión y consumo de información en las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja, determinando el cambio y la evolución de las diferentes radios con el uso de estrategias podcasting, siendo este el método más veloz y efectivo para la difusión o transmisión de contenidos y su fácil consumo.

El objetivo general del trabajo de investigación fue: "Analizar el podcast como herramienta periodística para la difusión y consumo de información en las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja", en correlación se plantearon cuatro objetivos específicos como son: "Identificar radios análogas y digitales de la ciudad de Loja que hagan uso del podcast para compartir información", "examinar si el podcast periodístico cumple con las características técnicas y de contenido", "determinar la aceptación del podcast como herramienta de información", y finalmente

“proponer un manual para la producción de podcast periodístico”.

Dentro de los alcances de la investigación se estimó el aporte y la participación de los representantes de las diferentes radios tanto análogas como digitales de la ciudad de Loja, donde contribuyeron con información específica y necesaria, así mismo la contribución de la ciudadanía lojana que fueron parte importante en el desarrollo y elaboración del trabajo de investigación

Por otra parte, se presentaron algunas limitantes, como la escasa información de proyectos de investigación en temas relacionados al podcast y su importancia como herramienta principal dentro de la programación radial, así como también el desconocimiento de la estructuración del podcast y los pasos a seguir para una buena realización del mismo.

4 Marco Teórico

4.1 La difusión y consumo de información

Los medios de comunicación tradicionales, se han convertido en un tema indiferente en los jóvenes, ya que con la llegada de la tecnología, estos rompen sus barreras y participan en el intercambio de un modelo de consumo de información que se da por el internet, es decir que entre los usuarios jóvenes se despierta un gran interés en todo el entorno de lo online (Yuste, 2020).

Por otra parte los usuarios adultos, les interesa el consumo de información por medios tradicionales, ya que a pesar de la innovación y los cambios que ha tenido la misma, estos experimentan una falta de adaptabilidad en los cambios de este entorno, por lo que los medios de comunicación se ven obligados a la búsqueda de la difusión de información más personalizada, basándose de acuerdo a los perfiles de los usuarios, manteniendo la prevalencia de la difusión y el consumo de información para el agrado de los usuarios.

Fernández, Lazkano y Eguskiza (2018), menciona que con la llegada de nuevas tecnologías, se han elaborado nuevos patrones para la difusión y consumo de información, ya que para la retención y fidelización de los usuarios los medios de comunicación buscan adquirir conocimientos y herramientas que den respuesta a las diferentes necesidades y contribuyan en el crecimiento del acceso del mismo.

Tomando en cuenta como se manifiesta el consumo informativo, los medios de comunicación facilitan a los usuarios el acceso a diversas fuentes informativas, produciendo mayoritariamente la atracción hacia los diferentes contenidos compartidos y características propias de la creación, difusión y consumo de la información.

Por esta razón la difusión y consumo de información busca principalmente adaptarse a los diferentes escenarios tecnológicos y de innovación, que se genera en el entorno, aplicando herramientas, técnicas y métodos que ayuden a mejorar el sistema informativo, de esta forma por medio de fotografías, mapas, videos, noticias, blogs, podcast, streaming, informes, artículos, entre otros; proporcionan que el usuario se mantenga activo con el consumo de información por cualquier medio de comunicación.

4.2 Comunicación

La comunicación es un lenguaje básico que desarrolla habilidades de expresión, opinión y socialización en donde se pueden considerar como una base importante del desarrollo y visión que tiene el emisor hacia el mundo (Gómez, 2016).

Rivera, Rojas, Ramírez y Álvarez (2005), consideran que la comunicación es un conjunto de acciones, estrategias e instrumentos que se convierten en la facilitación de transmisiones y comprensión de mensajes e información en donde se crea un vínculo de retroalimentación, por esta razón entendemos que la comunicación es una herramienta de participación de ideas o conocimientos en donde se logra intensificar vínculos de aportación e interacción por medio del intercambio de la palabra hablada, escrita, expresiones emocionales o inclusive por medio de gestos.

4.2.1 Periodismo en la Comunicación

El periodismo en la comunicación de acuerdo con Renó (2019), experimenta diferentes desafíos en la investigación, ya que se limita en la observación de los relatos pasados, usando las metodologías para la realización de un periodismo participativo y comunicativo, lo que conlleva a una avanzada distribución de libertad de prensa y espacios de información.

La comunicación y el periodismo forman un vínculo en el dominio de la preparación técnica y profesional, facilitando el enfoque en el tema de sus contenidos y los diferentes aspectos metodológicos, obteniendo un encuadre analítico–crítico, técnico y profesional que responde las principales exigencias de la información (Tejedor, 2017)

Es por esta razón que el periodismo y la comunicación van de la mano, ya que de esta forma cumplen su objetivo principal que es la transmisión de información, que parte de una idea general desarrollada por diferentes datos, análisis y técnicas que concluyen en un resultado concreto. Una de las estrategias del periodismo en la comunicación, es la definición de la recolección y comparación de datos, implicando en su contenido la responsabilidad y garantía del mismo.

4.3 Podcast

Piñero y Caldevilla (2011), plantean que el podcast es una sindicación de los diferentes archivos en audio, que permite transmitir la información de manera automática, a través de una

herramienta web. Por su parte Culqui, Farfán, Crispin y Alvares (2022), mencionan que el termino podcast, inicia su aparición en las grabaciones de cassettes y radios escolares, convirtiéndose en un método de enseñanza aprendizaje que puede usarse por medio de diferentes dispositivos ya sean fijos o móviles, dando la facilidad de acceso, edición e interacción de manera gratuita; es decir el podcast es una nueva forma de comunicación en donde busca alternativas o estrategias educativas dando ciertas habilidades digitales y convirtiéndose en una dinámica adicional para la guianza de autoaprendizaje.

Así mismo, las nuevas tendencias y tecnologías, abren paso a nuevos formatos que permiten la acumulación y distribución de información, de una forma más rápida, a la que el ser humano a estado acostumbrado, todo esto gracias a la llegada de la internet, es así, que entre estas nuevas formas de transmitir y consumir información el podcast, se convierte en una herramienta innovadora y educativa.

4.3.1 Tipos de podcast y clasificación

El podcast en un término en constante evolución, con características especiales, por lo que de acuerdo a varios autores los han clasificado de la siguiente forma. Para Avilés (2022), el podcast es la combinación de múltiples géneros y formatos en los que se diferencia 2 principales como son:

Tabla 1. *Tipos de Podcast 1*

Podcast subordinado del broadcasting	Este puede ser recortes o fragmentos de programas, entrevistas, columnas, segmentos específicos entre otros que son alojados en sitios web institucionales, plataformas de streaming o redes sociales, por las emisoras productoras.
Podcast nativo digital	Son producciones de contenido que nacen y se desarrollan para un entorno exclusivamente online, sin difusión previa por emisión de antena. Estos podcasts se producen generalmente con algún tipo de especificidad temática y con variables desprogramadas en su distribución: serializada, en episodios unitarios o producción única.

Nota: La tabla muestra los tipos de podcast y su definición, según Avilés (2022).

Así mismo, Martínez (2019) clasifica al podcast mediante características generales que se deben tomar consideración al momento de la realización de un podcast, de esta forma se podrá definir el público objetivo y ampliar de manera necesaria los diferentes enfoques al articular este producto sonoro, por tal razón se lo clasifica de la siguiente forma:

Tabla 2. Tipo de Podcast 2

Podcast de entretenimiento	Podcast de Información	Podcast Educativos	Podcast de Persuasión
El objetivo principal es hacer reír, contar cosas curiosas o de misterio, sirven principalmente para desconectarse del día a día, o para distracción.	Contribuye en la novedad de un terreno determinado de forma periódica, como son los de tecnología.	Generan información atemporal y perdurable, ilustran y capacitan sobre diferentes temas de índole educativo pedagógico.	Buscan inculcar una idea en el público oyente, como son los que tratan de temas religiosos o acerca de algún partido político.

Nota. La tabla muestra los tipos de podcast y su definición correspondiente, según Martínez (2019).

4.3.2 Pasos para la elaboración de un podcast

El podcast es una herramienta innovadora que genera un interés para los usuarios, ya que facilita contenido como: informativo, educativo o de entretenimiento, el cual se desarrolla por medio de pasos que permitan que el contenido que se llegue a expresar, sea de forma concisa y correcta, lo que está sustentado por Martínez et al. (2019). Además, da a conocer los siguientes pasos para su elaboración.

Tabla 3. Pasos para la elaboración del podcast

1	Definir tema, destinatarios y objetivos.	Es necesario la elección de un tema de interés social para el disfrute de los oyentes, a su vez hay que determinar el público objetivo al que va dirigido tu podcast.
2	Recopilación de información.	Prepara toda la información de relevancia que necesiten dentro del podcast, además ten consideración que un podcast es la forma de exponer tus puntos de vista, relacionarlos con el tema y debatir mediante información verídica.
3	Organizar.	Es importante organizar las ideas, agrupar los temas y subtemas y jerarquizar la información.
4	Realización de un guion.	Para la realización de un guion hay que tomar en consideración la introducción, el desarrollo del tema y la despedida, usando un lenguaje comprensible.
5	Practicar y leer.	Para un mejor desenvolvimiento del podcast es fundamental la práctica del guion, pero sin que se note que se está leyendo.
6	Grabar audio.	Se realizan breves pruebas de sonido.
7	Selecciona el programa de edición.	En la actualidad existen un din número de programas con el que se puede realizar una edición de mayor calidad
8	Subir el podcast.	Hoy en día las plataformas digitales están al alcance de la mano, por lo que se recomienda el uso adecuada del mismo.

Nota: La tabla muestra la guía de elaboración del podcast, según Martínez y Suarez (2019)

4.4 La radio

La radio ha estado en evolución constante, buscando un mejor contenido ordenado y conciso, de acuerdo a los diferentes criterios de audiencia, la radio es una herramienta inventada para la humanidad que difunde conversaciones o discursos en directo, con un aporte elaborado y creativo, constituyendo un medio periodístico con su propio código de expresión, según (Moreno & Aránzazu, 2019).

Por su parte Galán (2021), menciona que la radio es un medio de comunicación que tiene conexión a través de la voz, convirtiéndose en un componente comunicativo que ha tenido gran relevancia en la historia, haciendo de esta, un potente medio de comunicación muy popular, flexible y rápido que busca informar o entretener la mente de todo oyente.

En este sentido como mencionan los autores, la radio es un medio de comunicación masivo que tiene gran aceptación por parte de la sociedad, y que, con la llegada de la internet, nacen nuevas formas y mecanismos para hacer periodismo mediante este medio, permitiendo que la comunicación sea más atractiva, que en otros medios. Además de dar esa credibilidad ya que el oyente se siente parte de la comunicación.

4.4.1 Características generales de la radio

Una de las principales características de la radio como medio de comunicación, es la facilidad de acceso y la contribución de información haciendo que los oyentes es que estimulen la imaginación de quienes la escuchan, creando una mayor variedad de programación, (Yunga, 2021).

Se han desarrollado características radiales, que hacen de esta herramienta una nueva tendencia, una de ellas es la accesibilidad que se encuentra en la radio ya que, en comparación con otros medios de comunicación, elabora líneas de programación de manera variada, adaptando la funcionalidad de los diferentes esquemas de la comunicación y contextualizando interpretaciones que sirvan como impulso de atracción de oyentes, así mismo nos da a conocer que otra característica es su bajo costo económico, permitiendo a las emisoras de radio la atención de la importancia de la información y el dialogo, de acuerdo al autor (Garcés, 2021)

Por consiguiente, se puede determinar que las características generales de la radio emplean una comunicación unidireccional, que permite que sea un medio de comunicación masiva, transmitiendo información grabada o en vivo para un sin número de receptores.

Cabe recalcar que la radio es una herramienta global y constante que puede transmitir la información en cualquier parte del mundo gracias a las nuevas tecnologías.

4.4.2 Tipos de radios

La radio posee diferentes tipos de argumentos y parte de la ideación y organización de diferentes formas de comunicación, según Moreno (2005). Por lo que la clasifica en los siguientes tipos:

Tabla 4. *Tipos de radio 1*

La radio Analógica	Esta radio permite a los usuarios la comunicación por medio de la voz, brindando una experiencia fácil y simple de uso de esta informa el oyente desarrolla la participación, gestión, control y elaboración de emisoras de acuerdo a su criterio.
La radio en Internet	También conocida como radio online o digital, esta permite escuchar los diferentes programas de manera gratuita o por pago de suscripción, emitiendo programación variada ya sea de entretenimiento, segmentos musicales e informativos, permitiendo al usuario la elección de acuerdo a sus criterios.

Nota: La tabla muestra los tipos de radio y sus definiciones, tomado de Moreno (2005)

Así mismo, para Elizalde (2019), menciona que los tipos de radio, difunden pensamientos determinados en una lógica individual y colectiva, comprendiendo los conocimientos básicos ubicados en una frecuencia correcta, para ello los clasifico de la siguiente forma:

Tabla 5. *Tipos de radios 2*

Radio Analógica	La característica más importante es que a tenido un mayor alcance ¿, considerándose como una de las tecnologías más económicas, ya que su transmisión a sido de manera tradicional mediante una antena modulada (AM) y una frecuencia modulada (FM).
Radio Digital	El internet a evolucionado, convirtiéndose en un nuevo transistor para las difusiones, este tipo de radio es una forma amplia en donde la comunicación inalámbrica por medio de canales, ha tomado camino con gran impulso hacia el público por medio, del llamado "streaming o podcasting" que resulta un nuevo reto en la retención y fidelización de la audiencia.

Nota: La tabla muestra los tipos de radio y su definición, según Elizalde (2019)

Es evidente que la llegada de la internet, provoco varios cambios significativos, en la forma en la que consumimos la información, y mucho más evidente para quienes somos usuarios activos de la radio ya que esta es participe activa de este cambio y da como resultado la llegada de los diferentes tipos de radio, que no es más que la evolución constante y cubre los nuevos sectores de consumo de acuerdo a los criterios de los usuarios.

4.4.3 Lenguaje Radiofónico

El lenguaje radiofónico está estructurado por medio de signos sonoros, el silencio, la voz, los efectos y el lenguaje que aporta a los conductores de los diferentes programas de radio, para esto se debe elaborar o construir un formato de mensajes que atraigan a los usuarios, lo que es sustentado por Yunga (2021), no obstante, para Flores (2022), considera que el lenguaje radiofónico es un conjunto de reglas, códigos que le dan sentido a la manera de transmisión de la comunicación, posibilitando la recolección de los datos por medio exclusivamente de sonidos como son, música, palabras, planos y silencio.

Por otra parte, para Núñez (2022), este lenguaje es una forma de expresión universal que se vincula de manera directa con la lingüística o la paralingüística, ofreciendo formas de comunicación por medio de trazos, tonos y variantes, así mismo el lenguaje radiofónico permite la comunicación en base a formatos como son: servicio, compañía, ritmo, ambiente musical o información que este a su alcance.

En definitiva los conceptos anteriormente citados sobre lenguaje radiofónico, van más allá del simple uso de los elementos anteriormente mencionados, si no que añade el factor expresivo, dándole gran relevancia a la palabra, y concuerdo, ya que a diferencia de otros medios de comunicación, la radio tiene esa peculiaridad de hacer sentir al oyente, parte de la información, como si de una conversación entre amigos se tratase, es así que puedo concluir que el lenguaje radiofónico, es el conjunto de elementos como lo son: la música, la voz, los efectos, el silencio, y la palabra pero esta última teniendo la particularidad de ser expresiva.

4.5 La radio en Loja

Es importante destacar que, las estaciones de radio en el Ecuador aumentaron significativamente y en 1942 Loja ya contaba con su primera emisora de radio, llamada Radio Coro Santa Cecilia y en 1947 se sumó otra emisora en la ciudad Radio Ondas de Zamora, además informa que las emisoras en onda corta y amplitud modulada siguieron naciendo en el país; a esta década se suman, a las ya existentes, las primeras emisoras de radio oficiales de las provincias de: Cotopaxi, Loja, Manabí, Tungurahua, Los Ríos y Carchi, lo que es sustentado por Yaguana et al. (2014). Por otra parte, de acuerdo con la investigación de Ojeda (2022), la historia de la radio proporciona un conocimiento crítico y racional del pasado y presenta, buscando en sí que la

sociedad puedan evaluar su importancia real, dándonos a conocer que en los años 40 la radio en la ciudad de Loja, daba sus primeros pasos con la aparición de la emisora Coro Santa Cecilia, perteneciente a la academia del mismo nombre, este narra como procedían la realización de los primeros ensayos, los equipos que usaban y las anécdotas que atraían al realizar este tipo de difusión radial.

De esta manera Loja no careció de la presencia de la radio, permitiendo la trasmisión de música en sus emisoras. Fue entonces que, en 1982 Eduardo Ruiz Luna, incorporo la primera estación radial en la frecuencia modulada (FM), siendo esta una nueva forma de atracción hacia los oyentes lojanos. Es así que con el pasar de los años, la radio en Loja se sitúa como un medio de comunicación importante, ya que como se cita anteriormente, la radiodifusión lojana ofrecía y aun ofrece una diversa programación acorde a los gustos e intereses de los radioescuchas.

4.6 Radios Objeto de Estudio

4.6.1 Radio Universitaria

En el año 1992 se dio el origen y el funcionamiento del proyecto denominado *Radio Universitaria* 107.3 FM estéreo, elaborado por la Dirección de Planeamiento Integral Universitario, bajo la responsabilidad de la Unidad de Planeamiento Económico-Administrativo, lo que es sustentado por la Dirección de Planificación y Desarrollo de la Universidad Nacional de Loja (2022). Además, sobre esta base ya elaborada la radio inicio su emisión de prueba en el año de 1997, dando paso a que un martes 22 de abril del mismo año inicie la emisión de radio con un equipo transmisor experimental.

Gráfico 1. *Slogan Radio Universitaria 98.5 FM*



Nota. La figura representa el Slogan Radio Universitaria 98.5 FM, tomado de la página oficial de la UNL.

Esta radio cuenta con una amplia programación propia las 24 horas del día, ofreciendo

servicios como difusión de gestión institucional, promoción de la academia el arte y la cultura, informes de los servicios sociales, vinculación de la universidad con la sociedad, entre otros. A continuación, se muestra la misión, visión y valores de la *Radio Universitaria 98.5*:

Tabla 6. *Misión, Visión y Valores de la Radio Universitaria*

Misión	<i>Radio Universitaria 98.5</i> es un medio de comunicación público-institucional de difusión y promoción de los saberes y culturas, constituyéndonos en un vínculo de opinión, reflexión, análisis y formación del pensamiento universitario. Buscamos generar una sociedad mejor informada y educada partiendo de los principios y valores de nuestra Universidad Nacional de Loja.
Visión	Ser un medio de comunicación público-institucional que muestre las realidades diferentes, garantice la opinión de todos y todas; y que sea un soporte en la vinculación de la Universidad Nacional de Loja con la sociedad; proponiendo una programación de alto contenido, con equipo técnico, tecnológico y profesional eficiente y comprometido con los intereses institucionales, para la generación de nuevas audiencias con alta aceptación ciudadana
Valores	Para hacer comunicación se requiere contar con un marco de valores propios de la libertad de expresión, como son: el respeto por las ideas y pensamientos diversos, la valoración de la dignidad humana, la tolerancia a las posiciones contrarias, la búsqueda de la verdad como principio y fin. Como valores intrínsecos de nuestra <i>Radio Universitaria</i> están, los consagrados por la misma Constitución vigente, que en su Artículo 11, literal 2, señala: “Todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades” en pertinencia al Código Deontológico. “Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portador del VIH, discapacidad, diferencia física, ni por cualquier otra distinción personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento goce o ejercicio de los derechos, la ley sancionar toda forma de discriminación”

Nota. La tabla detalla la misión, visión y valores de la *Radio Universitaria* de acuerdo a DIPyD de la UNL (2022)

4.6.1.1 *Parrilla de programación UNL Radio*

Seguidamente, en la tabla 7, se determina el formato de programación emitido por Radio Universitaria en el horario ya establecido por el mismo.

Tabla 7. *Parrilla de Programación Radio Universitaria*

HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
05H00-06H00	Música Nacional	Música Nacional	Música Nacional	Música Nacional	Música Nacional	La Hora Del Agro	La Hora Del Agro
06H00-06H30	Himno Nacional Del Ecuador	Himno Nacional Del Ecuador	Himno Nacional Del Ecuador	Himno Nacional Del Ecuador	Himno Nacional Del Ecuador	La Hora Del Agro	La Hora Del Agro
06H30-07H00	Cantares Ecuatorianos	Gobierno De Todos	Cantares Ecuatorianos	Cantares Ecuatorianos	Cantares Ecuatorianos	Música Lojana	Música Del Mundo
07H00-08H00	Música Lojana	Música Lojana	Música Lojana	Música Lojana	Música Lojana	Música Lojana	Música Del Mundo

08H00-09H00	Noticiero Universidad Al Día	Noticiero Universidad Al Día	Noticiero Universidad Al Día	Noticiero Universidad Al Día	Noticiero Universidad Al Día	Reprise Vista Económica	Romance Ecuatoriano
09H00-09H30	Canto Latinoamericano	Canto Latinoamericano	Canto Latinoamericano	Canto Latinoamericano	Sintoniza Tu Mente	Reprise Nuestros Artistas Lojanos	Canto Latinoamericano
09H30-10H00	Canto Latinoamericano	Canto Latinoamericano	Canto Latinoamericano	Enfoque Veterinario	Sintoniza Tu Mente	Reprise Nuestros Artistas Lojanos	Canto Latinoamericano
10H00-10H30	Canto Latinoamericano	Sintoniza Tu Mente	Baladas Actuales	Enfoque Veterinario	Por Fin Es Viernes	Reprise Nuestros Artistas Lojanos	Reprise Conociendo Mi Gente
10H30-11H00	Programación Musical	Sintoniza Tu Mente	Baladas Actuales	Música Actual	Por Fin Es Viernes	Reprise Enfoque Veterinario	Menuda Hora
11H00-11H30	Programación Musical	Baladas Actuales	Baladas Actuales	Estrenos 2019	Por Fin Es Viernes	Reprise Enfoque Veterinario	Menuda Hora
11H30-12H30	Programación Musical	Estrenos 2019	Estrenos 2020	Estrenos 2021	Por Fin Es Viernes	Momentos compartidos	Reprise Derecho Para No Abogados
12H45-13H30	Noticiero Universidad Al Día	Noticiero Universidad Al Día	Noticiero Universidad Al Día	Noticiero Universidad Al Día	Noticiero Universidad Al Día	Momentos compartidos	Reprise Derecho Para No Abogados
13H30-14H00	Lunes Verde	Instrumentales	Romance Ecuatoriano	Menuda Hora	Romance Ecuatoriano	Música Actual	Música Actual
14H00-15H00	Música Pop Español	Música Pop Español	Romance Ecuatoriano	Música Pop Español	Música Pop Español	Música Pop Español	Música Pop Español
15H30-16H00	Música Bailable	Mientras Llega El Medico	Informativo Ambiental	Vista Económica	Música Bailable	Música Actual	Programación Musical
16H00-17H00	Música Bailable	Derecho Para No Abogados	Informativo Ambiental	Vista Económica	Música Bailable	Reprise Conociendo A Mi Gente	Programación Musical
17H00-18H00	Programación Musical	Derecho Para No Abogados	Conociendo Mi Gente	Kwai Ecuador	Nuestros Artistas Lojanos	Programación Musical	Programación Musical
18H00-19H00	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Nuestros Artistas Lojanos	Reprise Informático Ambiental	Reprise Kasai Ecuador
19H00-20H00	Emociones	Emociones	Emociones	Emociones	Emociones	Música Del Recuerdo	Lojanidades
20H00-21H00	(Reprise) Noticiero Universidad Al Día	(Reprise) Noticiero Universidad Al Día	(Reprise) Noticiero Universidad Al Día	(Reprise) Noticiero Universidad Al Día	(Reprise) Noticiero Universidad Al Día	Bailables	Baladas Producción Nacional

21H00-22H00	Clásico Ingles	Clásico Ingles	Clásico Ingles	Clásico Ingles	Clásico Ingles	Música Pop	Baladas Producción Nacional
22H00-23H00	Baladas Actuales	Baladas Actuales	Baladas Actuales	Baladas Actuales	Baladas Actuales	Música Pop	Baladas Producción Nacional
23H00-24H00	Música Nacional	Música Nacional	Música Nacional	Música Nacional	Música Nacional	Música Pop	Programación Musical

Nota. La figura muestra la Parrilla de programación *Radio Universitaria* de acuerdo a DIPyD de la UNL (2022)

4.6.2 Radio UTPL

En la página web de la Universidad Técnica Particular de Loja (2022), en el apartado noticias se menciona que *Radio UTPL* nació como un proyecto de la carrera de Comunicación de la UTPL con la dirección de Hernán Yaguana, docente de la carrera. Este medio de comunicación logró su consolidación con el equipamiento de su estructura en abril de 2018. Así mismo se menciona que fue creada para que los estudiantes de la Modalidad a Distancia y Modalidad Presencial tengan un acercamiento con sus mentores y catedráticos.

Esta radio es un canal de información universitaria, que tiene como objetivo principal la realización de productos sonoros, de carácter pedagógico, experimental e informativo, en donde los distintos estudiantes, docentes, administrativos e investigadores, proponen, explorar y crear distintas formas de comunicación a través de esta radio digital, ejerciendo el uso de las diversas herramientas y tecnologías con las que cuenta el mismo.

Gráfico 2. *Página web de la Radio UTPL*



Nota. La figura muestra el portal online de la Radio UTPL, tomado de la página web: www.radio.utpl.edu.ec

4.6.2.1 Parrilla de programación Radio UTPL

A continuación, en la tabla 8, se describe los diferentes programas que se transmiten en Radio UTPL, con sus respectivos horarios de transmisión.

Tabla 8. Parrilla de programación Radio UTPL

NOMBRE DEL PROGRAMA	CARRERA/ENCARGADO	DIAS DE TRASMICION	TEMPORADAS	HORA DE INICIO
EQUINOCCIO	Cátedras Unesco UTPL	Lunes (Cada 15 Días)	1° Temporada	08h30 Am
FORO ABIERTO	Comunicación	Lunes	3° Temporada	10h00 Am
EMPRESAURIOS	Administración De Empresas	Martes	2° Temporada	17h00 Pm
SEMBRANDO SALUD	Enfermería	Martes	2° Temporada	17h00 Pm
DETRÁS DEL ESCENARIO	Comunicación	Miércoles	1° Temporada	10h00 Am
PAZCIENCIA	Cátedras Unesco UTPL	Miércoles	1° Temporada	10h00 Am
¿TU QUE OPINAS?	Comunicación	Miércoles y jueves	1° Temporada	16h00 Pm
RINCON ECONOMICO	Economía	Jueves	6° Temporada	10h00 Am
DERECHOS A BOCA	Segmento Internacional	Viernes	7° Temporada	12h00 Pm
EVANGELIO	Misión Idente	Domingo		12h00 Pm

Nota. La tabla representa el conjunto de programas de radio emitido por la *Radio UTPL*, por Quezada (2020), Encargada *Radio UTPL*

4.6.3 Kocodrilo Radio

En una entrevista realizada Fabricio Oñate Valdivieso dueño de *Kocodrilo Radio*, menciona que venía trabajando ya varios años en Radio Poder de la ciudad de Loja y su contrato terminaba en septiembre de 2011. Por iniciativa propia decide implantarse un nuevo medio de comunicación radial, el cual venía trabajando fijándose en todos los detalles que la hicieran una radio diferente a las demás, esa así que desde el mes de septiembre de 2011 iniciaron sus emisiones de prueba, música y avances de expectativa. (Oñate, 2022)

Gráfico 3. Frase *Kocodrilo Radio*



Nota. La figura representa una de las frases de inicio de *Kocodrilo Radio*, tomado por Oñate (2022).

Es así que el 3 de octubre de este mismo año, *Kocodrilo Radio* fue fundada por Fabricio y empezó a emitir programación radial. Desde sus inicios el objetivo de *Kocodrilo Radio* era seguir creciendo como medio de comunicación y posicionándose como una estación líder en el Sur del Ecuador. (Oñate, 2022)

Tabla 9. *Misión y Visión radio Kocodrilo*

Misión	Brindar a la ciudadanía contenidos radiofónicos de alta calidad que contribuyan a su formación e información, entreteniéndolos sanamente, fomentando y fortaleciendo los valores familiares, sociales y culturales, cautivando a nuestra audiencia y aportando al éxito publicitario de nuestros clientes.
Visión	Posicionar y mantener a <i>Kocodrilo Radio</i> 104.5 como la emisora líder en su segmento de mercado mediante la innovación constante y la oferta de programación y servicios de la más alta calidad, convirtiéndola en un medio de comunicación eficiente, competitivo y moderno, que sea un espacio integral y participativo para la ciudadanía en general.

Nota: La información de esta tabla fue tomada de la entrevista realizada a Fabricio Oñate Valdivieso dueño de *Kocodrilo Radio*

4.6.3.1.1 *Parrilla de programación Kocodrilo Radio*

A continuación, en la tabla 10, se muestra los diferentes programas estructurados con horarios definidos, emitidos por *Kocodrilo Radio*.

Tabla 10. *Parrilla de Programación Kocodrilo Radio*

LUNES		
HORARIO	NOMBRE	CONDUCTOR
06h00	Impulsa Club	Fabián Novillo
08h00	El Big Show	Juan Carlos Gonzales, Gaby Nuñez
10h00	Caída y Limpia	Raissa Espinoza
13h00	Dinosaurios	Ramiro Jaramillo
15h00	Radioactivo	Fabricio Oñate Valdivieso
17h00	La Oveja Negra	Damian Cabral
21h00	Nochentoso	Brenda Valdivieso
MARTES		
06h00	Impulsa Club	Fabián Novillo
08h00	El Big Show	Juan Carlos Gonzales, Gaby Nuñez
10h00	Caída y Limpia	Raissa Espinoza
13h00	Dinosaurios	Ramiro Jaramillo
15h00	Radioactivo	Fabricio Oñate Valdivieso
17h00	La Oveja Negra	Damian Cabral
21h00	Nochentoso	Brenda Valdivieso
MIÉRCOLES		
06h00	Impulsa Club	Fabián Novillo
08h00	El Big Show	Juan Carlos Gonzales, Gaby Nuñez
10h00	Caída y Limpia	Raissa Espinoza

13h00	Dinosaurios	Ramiro Jaramillo
15h00	Radioactivo	Fabricio Oñate Valdivieso
17h00	La Oveja Negra	Damian Cabral
20h00	Sexo Sentido	Dasna Cueva
21h00	Nochentoso	Brenda Valdivieso
JUEVES		
06h00	Impulsa Club	Fabián Novillo
08h00	El Big Show	Juan Carlos Gonzales, Gaby Nuñez
10h00	Caída y Limpia	Raissa Espinoza
13h00	Dinosaurios	Ramiro Jaramillo
15h00	Radioactivo	Fabricio Oñate Valdivieso
17h00	La Oveja Negra	Damian Cabral
21h00	Nochentoso	Brenda Valdivieso
VIERNES		
06h00	Impulsa Club	Fabián Novillo
08h00	El Big Show	Juan Carlos Gonzales, Gaby Nuñez
10h00	Caída y Limpia	Raissa Espinoza
13h00	Dinosaurios	Ramiro Jaramillo
15h00	Radioactivo	Fabricio Oñate Valdivieso
17h00	La Oveja Negra	Damian Cabral
19h00	América Radio Top	Ya'akov Ferdinand
21h00	Globo Beat	Dj Nova & DJ Williams
SÁBADO		
07h00	Rock Bumerang	Félix St. Jordy
10h00	Kocodrilo Clásico	Pablo Costa
12h00	Con Todo al Aire	Fernando Hidalgo
14h00	Radiografía	Juan Carlos Gonzales
15h00	Los más buscados	Stefany Patiño
17h00	David Guetta	Play List David Guetta
19h00	Kocodrilo On The Rock	Jonathan Peralta
22h00	Globo Beat Clásico	Dj Nova & DJ Williams
DOMINGO		
06h00	Kocodrilo Clásico	FDS
17h00	Desconcierto	

Nota. La tabla muestra el detalle de los programas emitidos por *Kocodrilo Radio*, tomado por Oñate (2022)

4.6.4 Sr Radio

Sr Radio nace al sur del Ecuador en la ciudad de Loja, en el año 2011, esta radio se autodefine como un grupo de estilo adulto-juvenil contemporáneo y de diferentes géneros de éxitos musicales, dando a su audiencia temas de las mejores épocas y contribuyendo a la música ecuatoriana y lojana, de acuerdo con Hernán (2019).

Gráfico 4. *Slogan de SrRadio*



Nota. La figura muestra los elementos del Slogan de Sr Radio, tomado desde el portal web.

Así mismo *Sr Radio* (2023), a través de su página web nos da a conocer que buscan la difusión de la cultura general, programas educativos, informativos y tecnológicos a nivel nacional como internacional. A continuación, la misión y visión de la radio.

Tabla 11. *Misión y Visión de Sr Radio*

Visión	SR. Radio la primera en la provincia de Loja, aspira a ser líderes en el esquema dentro de los medios de comunicación especialmente la radio-Internet y el punto de referencia para los visitantes de la red en busca de conocimientos, con una programación que les dará a nuestros oyentes un nuevo estilo de escuchar radio con mejores producciones de aprendizaje y excelente programación de noticias, entrevistas, deportes, turismo, moda, actualidad, tecnología, humor, entretenimiento y educación, a los aficionados de emisoras adulto contemporáneo.
Misión	SR. Radio se constituye en una herramienta generadora y transmisora de la palabra, para el conocimiento humano y de la democracia de los pueblos; y, de esta manera fomentar la educación y por medio de ésta, el bienestar del ser humano.

Nota. La información de la tabla fue tomada de la página oficial de *Sr Radio*.

4.6.4.1 *Parrilla de programación Sr Radio*

A continuación, en la tabla 12, se presenta el formato de programación radial, emitido diariamente con su determinados programas y horarios.

Tabla 12. *Parrilla de Programación Sr Radio*

HORARIO	NOMBRE	NOMBRE
	LUNES	MARTES
06h00	Noticiero Parroquias Rurales	Noticiero Parroquias Rurales
07h00	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.
08h30	Revista musical y temas de familia y sociedad	Revista musical y temas de familia y sociedad
12h00	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.
14h00	Música de artistas lojanos e internacionales.	Música de artistas lojanos e internacionales.
17h00	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.
19h00	Reprise Programa de opinión “Expresión Política”	Programa Familiar Etza Nantu con Rebeca Cueva
20h00	La otra mirada con Rubén Darío Buitrón	La otra mirada con Rubén Darío Buitrón

21h00	Música de los grandes maestros universales	Música de los grandes maestros universales
MIÉRCOLES		JUEVES
06h00	Noticiero Parroquias Rurales	Noticiero Parroquias Rurales
07h00	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.
08h30	Revista musical y temas de familia y sociedad	Revista musical y temas de familia y sociedad
12h00	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.
14h00	Música de artistas lojanos e internacionales.	Música de artistas lojanos e internacionales.
17h00	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.
19h00	Seamos Luz, programa de tarot con Paulina Trujillo.	Reprise del programa Los cronistas.net
20h00	La otra mirada con Rubén Darío Buitrón	La otra mirada con Rubén Darío Buitrón
21h00	Música de los grandes maestros universales	Música de los grandes maestros universales
VIERNES		SÁBADO
06h00	Noticiero Parroquias Rurales	Resumen Semanal y actualización de noticias locales, nacionales e internacionales.
07h00	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.	
07h30		Programa de opinión “Expresión Política”
08h30	Revista musical y temas de familia y sociedad	
09h00		Música de artistas lojanos e internacionales.
12h00	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.
14h00	Música de artistas lojanos e internacionales.	Música de artistas lojanos e internacionales.
17h00	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.	
19h00	Reprise Programa Familiar Etza Nantu con Rebeca Cueva	
20h00	La otra mirada con Rubén Darío Buitrón	
21h00	Música de los grandes maestros universales	Música de artistas lojanos e internacionales.
DOMINGO		
06h00	Resumen Semanal y actualización de noticias locales, nacionales e internacionales.	
09h00	Música de artistas lojanos e internacionales.	
12h00	Noticiero Prensa Radial y noticias Planeta al día.	
14h00	Música de artistas lojanos e internacionales.	
20h00	Los cronistas.net con Rubén Darío Buitrón y Christian Espinoza Parra	
21h00	Música de artistas lojanos e internacionales.	

Nota. La tabla muestra la parrilla de programación *Sr Radio*, tomado por el portal web de *Sr Radio*.

4.6.5 Radio Sociedad

De acuerdo con el portal web de la Radio Sociedad (2022), nos cuenta como un primero de septiembre de 1993, se añade la frecuencia 99.1 con la modalidad FM, dando el inicio a *Radio Sociedad*, operando desde la ciudad de Catamayo. Luego de algunos años y mediante una resolución se autoriza a la señora Narcisa de Jesús Luzuriaga Rojas el permiso para operar dicha matriz; desde entonces esta radio lleva ya 26 años de servicio informando y entreteniendo a toda la ciudadanía lojana. En cuanto a la información dada por la rendición de cuentas *Radio Sociedad* (2021), plantean que esta radio es un medio de comunicación constituida como una sociedad anónima y privada, al servicio de la sociedad, que por medio de sus ondas sonoras pueden transmitir información veraz y objetiva, así mismo nos dan a conocer sobre las 24 horas de funcionamiento

que da esta radio por medio de una señal analógica con una frecuencia modulada y a su vez también se puede sintonizar por medio de su portal web.

Gráfico 5. *Slogan Radio Sociedad*



Nota. La figura muestra los elementos del Slogan Radio Sociedad, tomado del portal web.

Esta radio busca la participación de instituciones, organizaciones y la sociedad en general, para la contribución de toda la identidad cultural y diversidad social que hay en nuestro entorno. A continuación, nos muestran la misión y visión de la radio:

Tabla 13. *Misión y Visión de Radio Sociedad*

Misión	Informar, entretener, educar, interactuar, con la población a través de programas educativos y entretenidos que aporten al desarrollo de la ciudad y Provincia de Loja.
Visión	Ser un medio de comunicación líder e innovador, con programación, equipo de comunicadores, productores locutores capacitados y servicios de alta calidad.

Nota: La tabla muestra la misión y visión de la *Radio Sociedad*, tomado del Informe de rendición de cuentas *Radio Sociedad* (2021)

4.6.5.1 *Parrilla de programación Radio Sociedad*

A continuación. En la tabla 14, se detalla la programación semanal, difundida por la radio.

Tabla 14. *Parrilla de Programación Radio Sociedad*

LUNES A VIERNES		
HORARIO	NOMBRE	CONDUCCIÓN
03h30	Alegre Amanecer Ecuatoriano	Producción
05h30	La hora J.J.	Programado
06h30	Noticiero Panorama Primera emisión	Lic. Leonardo Pucha y Dr. Rodrigo Mejía
08h30	Zona latina Plus	Darío Javier y DJ Eddy Guachizaca
12h00	Noti Hoy segunda emisión	Lic. Adriano López Mejía
13h00	Bachata VS Vallenatos a la carta	Lic. Leonardo Eras
14h00	Club DJ	Lic. Leonardo Eras
17h00	Salsa en la Sangre	Lic. Leonardo Eras
19h00	Radio Hit	Producción
VIERNES Y SÁBADOS		
21h00	Cantina Abierta	Dr. Rodrigo Mejía

Nota. La tabla muestra la parrilla de programación *Radio Sociedad*, tomado del Informe de rendición de cuentas *Radio Sociedad* (2021)

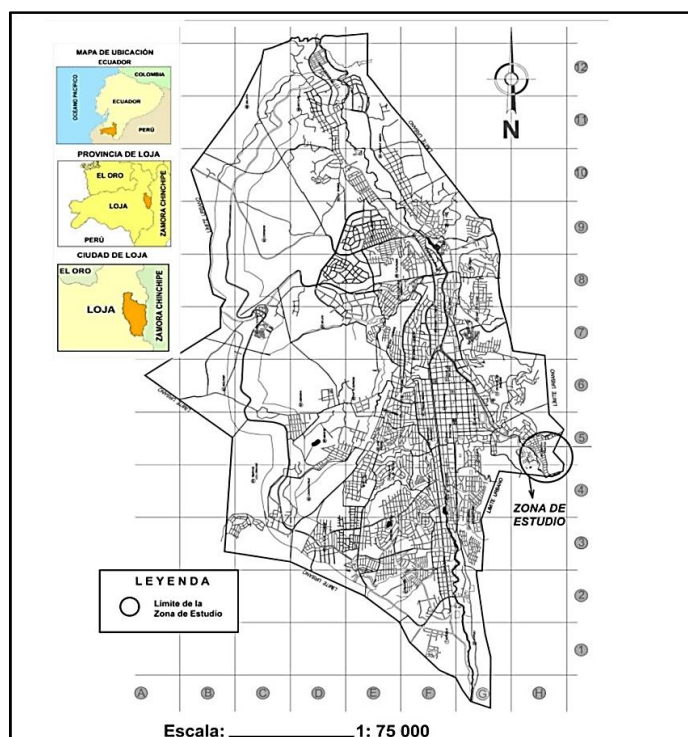
5 Metodología

Esta investigación tiene como propósito demostrar, el uso del podcast como herramienta periodística para la difusión y consumo de información en las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja. Por lo cual, para desarrollo de los objetivos planteados se utilizó una metodología de carácter mixto, la cual ayudo a los diferentes procesos sistemáticos para el análisis, integración y discusión del desarrollo del tema de investigación. Es decir, este método considerara la conexión de los métodos cualitativos y cuantitativos, fortaleciendo la recolección de datos e información que permitieron fundamentar y argumentar el objeto de estudio.

5.1 Área de estudio

La ciudad de Loja fue fundada el 8 de diciembre del 1548 por Alonso de Mercadillo, está ubicada en la región sur del Ecuador, cuenta con dos cuencas hidrográficas como son la del rio Zamora, que es parte del gran sistema del rio Santiago afluente del Marañón – Amazonas, asiento del actual cantón de Loja y la de Catamayo. (Servicios Ambientales S.A, 2017)

Gráfico 6. Mapa de la ciudad de Loja



Nota: La figura muestra el mapa distributivo de la ciudad de Loja, tomado de (Equipo corporativo del Municipio de Loja, 2022)

A continuación, se presenta una tabla de los datos geográficos y climáticos que posee la ciudad de Loja.

Tabla 15. *Datos geográficos y climáticos de la ciudad de Loja*

Coordenadas geográficas	3.9931° S 79.2042° O
Altitud sobre el nivel del mar	2.100 m.s.n.m
Superficie	286 km ²
Población	248.019 aprox.
Temperatura media	15 C°
Precipitación anual	500-2.000mm

Nota. La tabla muestra los principales datos geográficos de la ciudad de Loja, tomado de (Servicios Ambientales S.A, 2017)

El enfoque de este estudio de investigación se realizó en la ciudad de Loja, el cual cuenta con un aproximado de 81. 393 habitantes. (Servicios Ambientales S.A, 2017)

Según la dirección nacional de frecuencias la provincia de Loja existe 69 estaciones de radiodifusión comercial privada, 5 de servicio público y 0 comunitarias, que tan un total de 74 radiodifusoras, mientras que las radios online existentes en la ciudad de Loja son 33 radios aproximadamente, de acuerdo a (González, 2015), entre las más escuchadas en la ciudad de Loja están:

Tabla 16. *Radios más sintonizadas en la ciudad de Loja*

Radio Luz y Vida 88.3	Radio Matovelle 100.0
Radio la hechicera 88.9	Sr radio
Radio sociedad	Radio Universitaria 98.5
Radio satelital 100.9	Kocodrilo radio 98.1
Radio Municipal 90.1	Sonorama
Radio activa	Radio poder 95.3

Nota. La tabla muestra algunas de las radios más sintonizadas en la ciudad de Loja, de acuerdo con (González, 2015)

5.2 Enfoque metodológico

El presente proyecto de investigación se dirige hacia el enfoque mixto ya que de esta forma ayudo con la búsqueda de nuevos conocimientos, analizando y recolectando datos de índole cualitativo como cuantitativo, de acuerdo con Ortega (2018), el enfoque mixto busca interpretar las alternativas de solución permitiendo conocer los diseños del objeto de estudio a través de un análisis de información, discusión y contribución de los campos de la investigación, es decir que el enfoque mixto fortalecerá el proceso de investigación con el análisis de los diferentes datos

recolectados a los actores involucrados dentro de la investigación, determinando la situación actual del uso del podcast, considerando su difusión y el uso del mismo.

5.2.1 Enfoque Cualitativo.

De acuerdo a Bejarano (2016), menciona que el enfoque cualitativo encuadra los diferentes puntos de información a recolectarse, ya que en la investigación comprende y profundiza los diferentes aspectos que los rodean; es decir que este enfoque nos permitirá analizar las experiencias, opiniones y puntos de vista de los aspectos relacionados con el tema de estudio, demostrando la esencia del uso del podcast como herramienta periodística para la difusión y consumo de información en las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja.

5.2.2 Enfoque Cuantitativo

El enfoque cuantitativo, según Monje (2017) es un camino con su propia fundamentación, diseño y técnica, que recolecta y analiza diferentes datos establecidos permitiendo contestar una o varias preguntas y criterios de objetividad dentro de la investigación; es decir que este enfoque sustenta los conceptos empíricos medibles y procesando los datos recolectados para desarrollar y establecer los resultados del objeto de estudio, de esta forma se podrá revisar las variables que nos arrojen dentro de los datos en la encuesta aplicada a la ciudadanía lojana.

5.3 Tipo de investigación

Esta investigación será enfocada al tipo descriptivo, ya que de acuerdo a Guevara, Verdesoto y Castro (2020), la investigación descriptiva busca las diferentes características, interpretaciones y análisis del objeto de estudio, es decir que administra la información de manera precisa y sistemática, con el fin de establecer las características fundamentales y usar dicha información para la obtención de los resultados deseados. De esta forma, este tipo de investigación aporta la recolección de datos fundamentales determinando el impacto tanto negativo como positivo del uso de podcast en la difusión y consumo en las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja.

5.4 Métodos

5.4.1 Método Científico

Este método según Asensi (2002), este método permite determinar las diferentes características desde el punto de vista científico, obteniendo la identificación y definición de los datos dentro del análisis del elemento del objeto de estudio; es decir este método nos ayuda a la búsqueda y recuperación de información, proporcionándonos las técnicas adecuadas para el análisis e interpretación del desarrollo de los objetivos propuestos, por lo tanto este método permitirá examinar de manera descriptiva el uso del podcast en las diferentes radios análogas y digitales de la ciudad de Loja.

5.4.2 Método descriptivo

Según Abreu (2014), en este método se desarrolla de manera investigativa obteniendo información narrativa, numérica y gráfica concluyendo de manera específica hacia la realidad del objeto de estudio, es decir este método nos ayudara a almacenar e interpretar toda la información obtenida en encuestas y entrevistas realizadas, con el fin de obtener la situación actual del mismo,

5.4.3 Método Analítico.

De acuerdo con Lopera, Ramírez, Zuluaga y Ortiz (2010), este método busca separar los diferentes elementos de una idea u objeto de estudio, constituyendo la diferencia y distinción de ambos nexos intelectuales; es decir este método nos ayudara a separar todos los factores partiendo de lo general a lo específico, determinando los efectos y causas del mismo, estableciendo un correcto análisis de los componentes que nos permitan definir la difusión y consumo del uso de los podcast en las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja.

5.5 Técnicas.

Dentro del trabajo de investigación se utilizarán y emplearan diferentes técnicas de investigación que nos ayudaran a determinar la información, tales, como:

5.5.1 Observación.

Esta técnica ayudo a desarrollar las diferentes características y conocer de manera directa la realidad en la que se presenta las diferentes radios análogas y digitales y el uso del podcast como

herramienta periodística en la ciudad de Loja.

Para el desarrollo de esta técnica se observó a cada una de las radios que hacen uso de esta herramienta, tomando en consideración las siguientes características como son; planificación, preparación, desarrollo, estructura, métodos y materiales usados, manejo, tipo de información emitida, y difusión de esta herramienta podcasting, el cual se desarrolló durante el periodo de mayo a junio del 2022.

5.5.2 La entrevista.

Para el uso de esta técnica se desarrolló un modelo de entrevista para la recopilación de datos generales sobre el uso, importancia y datos claves del podcast como herramienta periodística para la difusión y consumo de información, el cual nos ayudará a tener una idea clara y precisa para desarrollar la investigación, la entrevista se dirigió a los dueños o encargados de las diferentes radios de la ciudad de Loja que hacen uso de esta herramienta, así como también a expertos en el tema, esta técnica se desarrolló durante el periodo de junio del 2022.

5.5.3 La encuesta

Dentro de la investigación se elaboró un modelo de preguntas donde se consideró en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida, para el cumplimiento de esta técnica y ya con el resultado de la población y muestra se pudo determinar para la realización de la misma.

Para el desarrollo de la encuesta se tomó en consideración a toda la ciudadanía lojana, tomando en cuenta el rango de edad de 18 a 55 años; cabe recalcar que esta técnica se las realizo mediante el formulario de Google Forms en los meses de Julio y agosto del 2022.

5.6 Población y muestra

Para averiguar la aceptación del podcast como herramienta de información se procederá a realizar encuestas a la población lojana, con el fin de saber cómo es recibido el contenido del podcast por la población de Loja, además se aplicó un tipo de muestreo probabilístico.

Todas las radios previamente identificadas tienen su sede en la ciudad de Loja, por lo que se tomará en cuenta solo a la ciudad de Loja para el presente análisis, puesto que en la ciudad de

Loja el número de oyentes de radio es mayor.

Según el Censo de Población y Vivienda del año 2022 del Instituto Nacional de Estadística y Censo, estima que los oyentes de radio en la ciudad de Loja son aproximadamente 81.393 personas, es por ello que se procedió a realizar la fórmula para un universo finito (menos de 100.000 personas). A continuación, se detalla la fórmula:

$$n = \frac{\sigma^2 \times p \times q \times N}{E^2(N - 1) + \sigma^2 \times p \times q}$$

Dónde:

σ = Desviación estándar de población que, generalmente cuando no se posee su valor, suele utilizarse un valor constante de 2.

q = varianza, al igual que p, tiene un valor de q=50

n = tamaño de la muestra o población a estudiar.

N = tamaño de la población

E = error

σ = (sigma) nivel de confianza

p = varianza, que indica las proporciones de las características a estudiar dentro del Universo. (Es preciso suponer el caso más desfavorable de p=50)

q = varianza, al igual que p, tiene un valor de q=50

Sigma (σ), tiene un valor de 3, cuando el nivel de confianza es del 99.7%; y, tiene un valor de 2, cuando el nivel de confianza es de 95.5%.

Datos

N= 81.393

E= 5

σ = 95.5%

p= 50

q= 50

$$n = \frac{\sigma^2 * p * q * N}{E^2(N - 1) + \sigma^2 * p * q}$$

$$n = \frac{2^2 * 50 * 50 * 81.393}{5^2 (81.393 - 1) + 2^2 * 50 * 50}$$

$$n = \frac{4 * 50 * 50 * 81.393}{25(81.393) + 4 * 50 * 50}$$

$$n = \frac{10.000 * 81393}{2.034.825 + 10.000}$$

$$n = \frac{813.930.000}{2.044.825}$$

$$n = 398$$

Por lo tanto, la muestra queda determinada en 398 personas a encuestar, como universo el estudio de oyentes de radio de entre 18 a 55 años de la ciudad de Loja, para la recopilación de la información de la encuesta se hará uso de Google Forms, plataforma que ayudará a la distribución de la encuesta y la gestión de las respuestas en tiempo real.

6 Resultados



6.1 Primer Objetivo: Identificar radios análogas y digitales de la ciudad de Loja, que hagan uso del podcast para compartir información.

Las radios análogas y digitales en la ciudad de Loja, están tomando un rol importante en el proceso de la comunicación ya que diariamente se puede observar los cambios e innovaciones tecnológicas que causan un gran impacto, por esta razón estos medios de comunicación hacen el uso de nuevas alternativas o estrategias, facilitando la interacción del consumidor.

6.1.1 Entrevistas a expertos o especialistas en el mundo radiofónico y podcast.

Dentro de la investigación se realizaron entrevistas a expertos en el mundo radiofónico y podcast que sirvieron para analizar datos específicos del uso del podcast en las radios.

Tabla 17. *Perfiles de expertos o especialistas en el mundo radiofónico y podcast*

Hernán Antonio Yaguana Romero, Ph.D. - Anexo 1	
	<ul style="list-style-type: none">• Licenciado en Comunicación Social por la UTPL (Loja – Ecuador).• Diplomatura en Gestión Productiva Universitaria, UTPL• Experto en evaluación en educación a Distancia, Universidad de Sevilla (España).• Diploma de Estudios Avanzados en Comunicación y Periodismo, Universidad Santiago de Compostela (España).• Doctor, Ph.D. en Comunicación y Periodismo Universidad Santiago de Compostela (España).• Director del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la UTPL.• Estancia de investigación Posdoctoral en Funglode República Dominicana.
Lic. Tito Ballesteros - Anexo 2	
	<ul style="list-style-type: none">• Comunicador Social• Especialista en Gerencia de la Comunicación Organizacional• Productor y coordinador• Investigador y coautor de los libros: ¡Viva la radio! Mutaciones culturales de lo sonoro (2019), Enseñar y aprender: la radio en América Latina y Radiografías de este presente (2019) entre otros• Impulsador del proyecto Radios de América.

Nota: La tabla muestra los perfiles de los expertos o especialista en el mundo radiofónico y podcast

Una vez desarrolladas las entrevistas semiestructuradas hacia los expertos en el tema, estos comparten la idea de que el podcast es una herramienta que se encuentra en constante evolución y que abre un mundo de infinitas posibilidades en el mundo radiofónico y no solo ahí, sino que su uso se puede expandir a otras disciplinas, siendo este un repositorio de información, que ha permitido llegar a lugares donde los medios o formas tradicionales no han podido llegar, permitiendo a esta herramienta la recopilación de información y difusión del mismo.

Así mismo los expertos en esta rama consideran que las características esenciales de un buen podcast es la estructura adecuada de acuerdo al tema que se va a exponer, esta debe tener un concepto, que llame la atención del oyente permitiéndole que a través de su imaginación pueda crear escenarios a través del sonido. Como dato importante este debe exponer las ideas u opiniones a través de información verídica ya que esta herramienta es parte importante para la difusión y emisión de información en el ámbito comunicacional.

Por otra parte, los expertos también expresan que el uso de podcast, facilita la conexión con diferentes dispositivos digitales o tradicionales y que juega un papel importante a la hora de difusión de información, es importante conocer que la producción de un podcast va más allá de una temática de difusión de información, hay que considerar que depende de los recursos que posea el medio de comunicación para una buena o mala calidad y fundamentar con el contenido del podcast pueda transmitir sensaciones hacia los oyentes.

Algo en lo que ambos expertos concuerdan, es que la única limitante para la transmisión de podcast en nuestra sociedad, específicamente Latinoamérica, es la baja calidad de internet, y el poco acceso que poseen las poblaciones rurales de nuestro sector geográfico. De igual forma, nos expresan que las radios por las que tienen conocimientos, que hacen uso del podcast como herramienta periodística dentro de su programación son: *Radio Sociedad*, *Radio Universitaria*, *Kocodrilo Radio*, *Sr Radio* y *Radio UTPL*, en donde nos comentan que encuentran interesante los temas a tratar en cada uno de los espacios podcasting.

6.1.2 Entrevistas a propietarios o encargados de radios analógicas y digitales que hacen uso del podcast

Posteriormente y como parte de la investigación, se realizó una entrevista a los propietarios o encargados de las radios que hacen uso del podcast dentro de su programación.

Tabla 18. Perfiles de propietarios o encargados de las radios que hacen uso del podcast

RADIO ANALÓGICAS		<p>Radio Sociedad – 99.3 FM Encargado: Leonardo Eras - Anexo 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en Comunicación Social • Locutor Radio Cañaverál • Encargado y Locutor en <i>Radio Sociedad</i> • Relacionador Público alcaldía del Cantón Chaguarpamba
		<p>Radio Universitaria de la UNL – 98.5 FM Encargada: Paulina Jara Delgado - Anexo 4</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingeniera en Informática • Licenciada en ciencias de la comunicación social
		<p>Kocodrilo Radio – 104.5 FM CEO: Fabricio Oñate Valdivieso - Anexo 5</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero Comercial • Conductor de radio
RADIO DIGITALES		<p>Sr Radio Propietario: Lindón Arturo Sanmartín Rodríguez - Anexo 6</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abogado en derecho • Licenciado en ciencias de la comunicación social. • Periodista • Director de <i>Sr Radio</i>
		<p>Radio UTPL Encargada: Lourdes Katherine Quezada Loaiza - Anexo 7</p> <ul style="list-style-type: none"> • Licenciada en comunicación social mención comunicación organizacional • Magister en comunicación mención en investigación y cultura digital • Productora y Técnica Audiovisual en UTPL Radio • Productora de radio y TV en el Ministerio de Educación • Jefa de comunicación en la Coordinación de Educación Zona 7.

Nota: La tabla muestra los perfiles de los encargados o propietarios de las radios que hacen uso del podcast.

Por otra parte, ya con las entrevistas realizadas a los encargados o dueños de las 5 radios lojanas que hacen uso del podcast, entre las cuales se encuentran: *Radio Sociedad*, *Kocodrilo Radio*, *UNL Radio*, *Sr Radio* y *Radio UTPL*, nos dieron a conocer detalles importantes acerca de la producción y elaboración del podcast dentro de programación.

Todos los dirigentes de las radios afirman hacer uso del podcast en sus parrillas de programación, siendo analizadas y observando el uso de esta herramienta durante el presente año, cabe recalcar que la *Radio UTPL*, cuenta con 2 producciones de podcast en su cuenta de Spotify durante este año mientras que las demás radios aun solo producen dentro de su programación un solo podcast. En su mayoría estas producciones son propias de los medios, a excepción de *Sr Radio*, en donde su dirigente menciona que esta producción pertenece a un periodista freelance, a quien se le da el espacio en el medio sin costo alguno. Los podcasts difundidos en estas radios, se basan en entrevistas con diferentes temáticas, que van desde: música, sexualidad, psicología, entre otros, pero teniendo siempre un enfoque en educativo e informativo.

A su vez mencionan que cada una de las radios poseen un formato establecido y elementos, tanto discursivos como técnicos que complementan el objetivo principal de cada episodio difundido en la programación, orientando este tipo de transmisión hacia un público objetivo, del cual realizan el uso del podcast como una estrategia de abordaje hacia la satisfacción de los oyentes.

Así mismo, los entrevistados nos dieron a conocer sobre la importancia del uso del podcast como una herramienta periodística, ya que consideran que es una buena fuente de información y aprendizaje, ya que, por su modelo de distribución, permite la posibilidad de llegar hacia un determinado público. En el caso de estas radios, el uso de esta herramienta se ha visto bajo el control y producción de métodos y habilidades periodísticas que hacen del mismo un espacio que cumple con los estándares de calidad.

En este contexto, también supieron manifestar de lo importante y necesario al momento de realizar este tipo de producciones, por lo que se ven motivados a la elaboración de nuevas estrategias que transfieran el proceso educativo, hacia los oyentes por medio del uso del podcast.

6.1.3 Radios de la ciudad de Loja que hacen uso del podcast

Con ayuda de la elaboración de fichas de observación se identificó a las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja que hacen uso del podcast como herramienta innovadora para la difusión de información.

Tabla 19. Radios Análogas y digitales que hacen uso del podcast

Tipo de Radio	Medio de Comunicación	Nombre	Categoría	Repositorio	Origen	Hora de transmisión	Contenido
RADIO ANÁLOGAS	Radio Sociedad	Club DJ “miércoles de artistas”	Musical	Facebook https://bit.ly/3PzYgxL	Producción propia	16H00	Entrevista
	Radio Universitaria	Enfoque Veterinario	Educativo	Ivoox https://bit.ly/42Ykd2Z	Producción propia	S/H Uno por semana	Temas referentes a veterinaria
	Kocodrilo Radio	Sexo Sentido	Educativo/ entretenimiento	Facebook https://bit.ly/445m9So	Producción propia	20H00	Temas referentes a Sexualidad
RADIO DIGITALES	Sr Radio	La otra Mirada	Cultural	Facebook https://bit.ly/3XtU6cJ	Producción ajena	21H00	Entrevista
	Radio UTPL	Paz+Ciencia	Educativos	Spotify https://bit.ly/3JzHcUS	Producción propia	S/H	Entrevista
		Periodismo Consciente		Spotify https://bit.ly/3Xw5vZI	Producción propia	S/H	Entrevista

Nota. La ficha se creó con el fin identificar las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja que hacen uso o produzcan podcast. Elaboración propia.

Es importante destacar, que dentro del análisis se pudo identificar las diferentes radios, tanto analógicas como digitales de la ciudad de Loja, que hacen el uso de podcast como herramienta innovadora y que construye la elaboración de recursos que facilitan el desarrollo del método de enseñanza aprendizaje.

6.2 Segundo Objetivo: Examinar si el podcast periodístico cumple con las características técnicas y de contenido.

Mediante la observación indirecta y con ayuda de la elaboración de una ficha en donde se examinó si el podcast periodístico cumple con las características técnicas y de contenido, el mismo que se sustenta en base a la recolección de información en el marco teórico, así mismo como entrevistas realizadas a expertos en el tema de podcast. El análisis está justificado con lo que mencionan los autores en el marco teórico.

Tabla 20. Características de los Podcast de las radios que hacen uso del mismo en la ciudad de Loja.

Tipo de radio	Medio de Comunicación	Nombre	Objetivo/Intencionalidad	Mensaje	Duración	Elementos				Repositorio
						Voz	Música	Efectos	Silencios	
Radios Análogas	<i>Radio Sociedad</i>	Club DJ “Miércoles de artistas”	Promocionar artistas locales.	Historia, vida y carrera musical de cada artista invitado	00:30:00 aprox.	Si	Si	Si	Si	Facebook https://bit.ly/3PzYgxL
	<i>Radio Universitaria</i>	Enfoque Veterinario	Informar y dar a conocer proyectos, procesos, problemas y cuidados con respecto a temas veterinarios.	Informar temáticas técnicas y específicas en veterinaria.	00:12:00 a 00:30:00 aprox.	Si	No	No	Si	Ivoox https://bit.ly/42YkD2Z
	<i>Kocodrilo Radio</i>	Sexo Sentido	Hablar sobre tabús en la sexualidad, con la intención de educar y normalizar este tipo de temáticas que deberían ser comunes	Hablar de sexualidad sin tabús.	01:00:00 aprox.	Si	Si	No	Si	Facebook https://bit.ly/445m9So
	<i>Sr Radio</i>	La otra Mirada	Dar a conocer temas de interés común, opiniones y sugerencias para una mejor calidad de vida. Promocionar proyectos e ideas que aporten al arte y cultura.	Informativo, promocional, artístico cultural.	01:00:00 aprox.	Si	No	No	Si	Facebook https://bit.ly/3XtU6cJ
	Radio Digital	<i>Radio UTPL</i>	Paz+Ciencia	Concientizar sobre la relación del ser humano con el medio ambiente.	Entrevista sobre una fecha especial con respecto al medio ambiente	00:20:00 aprox.	Si	No	No	Si
<i>Radio UTPL</i>		Periodismo Consciente	Informar y dar a conocer los problemas y soluciones con respecto a la salud mental, que podrían tener los periodistas frente a varias situaciones de la práctica profesional	Los periodistas son un grupo vulnerable en salud mental, y a diario afrontan un gran número de riesgos.	00:02:00 a 00:06:00 aprox.	Si	Si	Si	Si	Spotify https://bit.ly/3Xw5vZI

Nota. La ficha se creó con el fin identificar las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja que hagan uso o produzcan podcast. Elaboración propia.

En la ficha de observación se identificaron en total 6 podcast que se transmiten en las radios previamente mencionadas durante el presente año.

Por consiguiente la mayoría de los podcast emitidos hacen uso de los elementos que conforman el discurso radiofónico, pero no en un 100%, por ejemplo 4 de estos 6 podcasts no hacen uso de efectos, pero como podríamos denominarlos podcast si no cumplen con todas estas características ya que se considera que un podcast, es un archivo de audio indexable y lo conceptualiza como un portador de información sonora, es así que en base a esto podríamos decir que a pesar de no hacer uso de todos los tópicos que conforman el lenguaje radiofónico, se consideran podcast por el simple hecho de encontrarse dentro de un repositorio en internet, en este caso en su mayoría Facebook.

También mediante el análisis de estas producciones se ha podido evidenciar en estas, que en su mayoría carecen de calidad auditiva, esto quiere decir que los audios, tengan nitidez, claridad y que los elementos que la conforman sean distinguibles uno del otro, que el mensaje que se pretende transmitir sea claro y conciso, considerando que la producción de podcast es fácil, pero que también su nivel de calidad dependerá de la capacidad de la radio, esto quiere decir que una radio con mayores recursos dedicados a la producción como equipos, expertos en grabación y edición de audio, tendrán mejores resultados que una radio que no posea estos recursos o que a su vez tenga equipos y personal no calificado para la realización de estos productos.

En el caso de *Radio Sociedad*, siendo una radio análoga, implemento el uso de podcast, por medio del programa denominado Club dj – Miércoles de artistas, conducido por el señor Leonardo Eras Franz que por medio de un enfoque elaborado e invitaciones da a conocer sobre los diferentes temas de índole musical y artístico, que se da por medio de entrevistas hacia los creadores o intérpretes, dando a conocer datos acerca de su vida, experiencias y anécdotas que trae la vida musical, de esta forma esta radio combina el mundo musical con la presentación de información y comunicación, dando a conocer curiosidades específicas y repasando la importancia de la historia de la música a través de personajes relacionados con la misma.

Así mismo *Radio Universitaria* que funciona como radio análoga, ejecuta un espacio de programación denominado “Enfoque veterinario” en donde participan ponentes y especialistas en el tema, con el fin de informar al oyente acerca de temas actuales de índole científico, relacionados con la salud veterinaria, entregando consejos, datos complementarios, e intereses que engloban el

mundo veterinario, de esta forma este podcast responde todas las dudas, consultas e información de gran relevancia dirigidos especialmente hacia los especialistas y profesionales en el sector veterinario, como consecuencia este espacio de información podcasting vincula la comunicación educativa a través de episodios breves abordando temas de interés para los oyentes.

Posteriormente *Kokodrilo Radio* que se produce como radio análoga, utiliza un espacio de su programación denominado "Sexo sentido", conducido por Fabricio Oñate, Dasna Cueva y Maritza Rojas, donde aportan con temas de educación sexual, generando un espacio acerca de la naturalidad sobre temas íntimos, así como también experiencias y detalles que abarcan nuevas formas de aportar información y analizar dichos temas por medio de charlas informales y reflexivas que permiten al oyente un punto de vista, tanto positivo como negativo en temas que se consideran tabú. Caracterizando este espacio un nuevo modelo de información educativa con contenido íntimo y accesible.

En cuanto a *Sr Radio*, siendo esta una radio digital, hace uso del podcast por medio de una programa denominado "La otra mirada", dirigido por Rubén Darío Buitrón, donde presentan un espacio dedicado al arte, la cultura y la cotidianidad de los ecuatorianos, su principal objetivo es el análisis y reflexión, acerca de los temas coyunturales que son de gran relevancia en el país, de esta forma este espacio invita a personajes conocidos o que están involucrados en los diferentes temas a tratar y en el cual se realiza una conversación con su respectivo debate, combinando los factores y circunstancias en las que se encuentran. En este sentido, este espacio podcasting incorpora un contenido por medio de entrevistas, en donde se convierte en una alternativa informativa de nuevos temas que son del interés del usuario.

De igual forma la *Radio UTPL*, una radio digital, posee dos espacios en donde hacen uso del podcast, el primero se denomina "Paz+Ciencia", conducido por Gabriela Moreira y Roberto Beltrán, en donde su principal tema a tratar es acerca de la cultura de paz y salud mental, cabe recalcar que cada programa tiene un nuevo invitado, especializado en temas de la salud mental, donde dan a conocer a los oyentes la importancia del proceso y el apoyo que significa el mantener una mente sana. Este podcast se vincula de manera directa con los oyentes compartiendo información, datos y testimonios de especialistas en temas de la psicología.

Por otra parte, el segundo programa podcasting se denomina "Periodismo consiente", en donde utiliza la elaboración de entrevistas a especialistas en temas de interés variado,

compartiendo, educando y ampliando la información de manera estratégica en el uso de su contenido. Este podcast aborda temas de interés en diferentes ámbitos, donde contribuyen el intercambio de experiencias del entrevistado hacia el tema tratado de forma espontánea y no planificada.

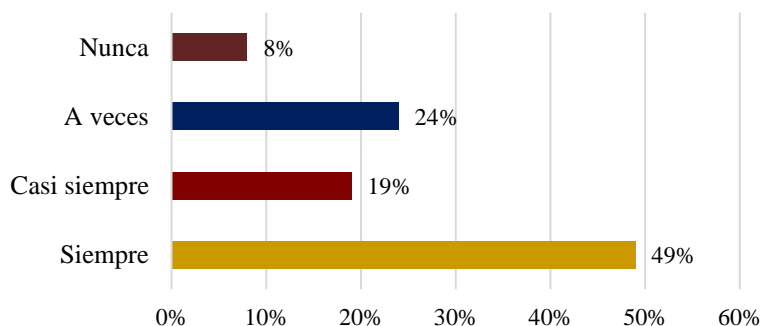
6.3 Tercer Objetivo: Determinar la aceptación del podcast como herramienta de información.

A continuación, mediante una encuesta aplicada a la población anteriormente mencionada en la metodología, se ha procedido con el cumplimiento de nuestro tercer objetivo específico en el que se determinó la aceptación del podcast como herramienta de información. A partir de esta encuesta se quiere medir el nivel de aceptación y conocimiento de la ciudadanía lojana, en torno al término podcast. El análisis está justificado con lo que mencionan los autores en el marco teórico.

6.3.1 Resultado de encuestas aplicadas

6.3.1.1 ¿Con que frecuencia escucha usted, el medio de comunicación denominado la radio?

Gráfico 7. Frecuencia con la que escuchan la radio

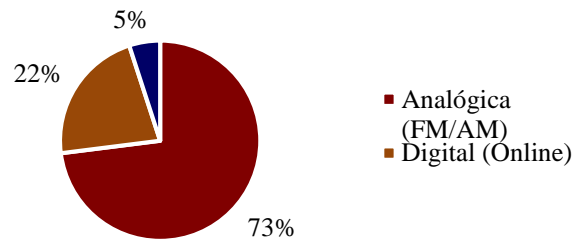


Nota. El gráfico muestra el porcentaje de frecuencia con la que escuchan la radio.

Análisis: Del total de encuestados, el 49 % determina con una mayoría, que siempre escuchan este medio de comunicación tradicional, por otro lado con tan solo el 24 % de los usuarios responden que escuchan casi siempre este medio de información comunicacional, así mismo en un 19 % tenemos el apartado de que escuchan a veces la radio, dándonos a entender la falta de interés al mismo y con una mínima cantidad comentan que no es de su interés escuchar este medio de comunicación, de esta forma se identifica el valor y la utilidad que se le da a la difusión de los diferentes programas de comunicación que se interactúan por medio de la radio.

6.3.1.2 ¿Qué tipo de radio escucha con frecuencia?

Gráfico 8. Tipo de radio que escuchan

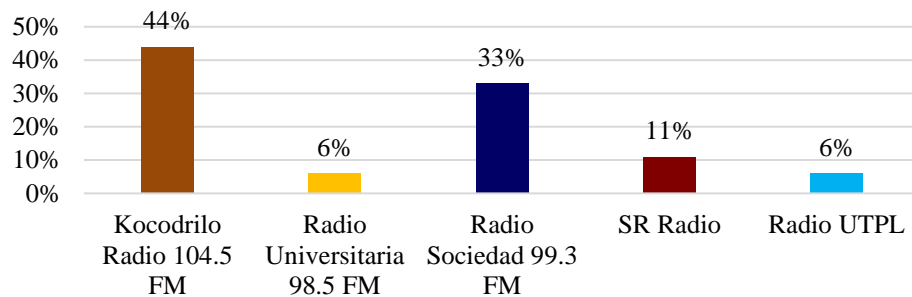


Nota. La figura muestra el tipo de radio con la que prefieren consumir.

Análisis: En el análisis de los encuestados, se puede determinar que en su mayoría con un 73 % hacen el uso frecuente de las radios analógicas, seguido de un 22 % con el uso de radios digitales por medio de plataformas online y tan solo con un 5 % se orientan a escuchar de ambas formas, por lo que se evidencia el valor de interacción de los oyentes hacia el uso de la radio tradicional como medio comunicación establecido.

6.3.1.3 ¿Cuáles de las siguientes radios son las que usted escucha?

Gráfico 9. Tipo de radio que escuchan

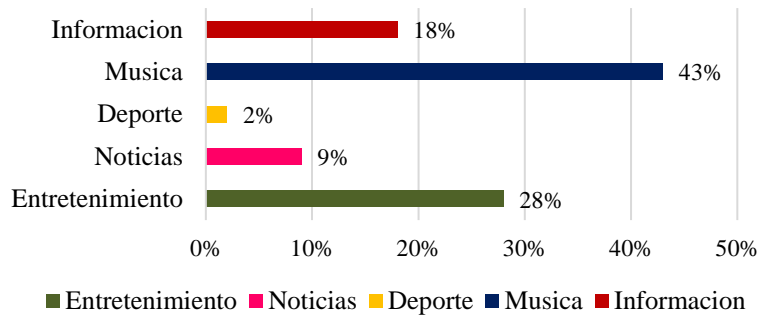


Nota. La figura muestra los tipos de radios con las que más consumen los oyentes

Análisis: La encuesta aplicada determina que las radios más preferidas a la hora de escuchar son la Radio Kocodrilo, con un 44 %, seguido de Radio Sociedad con un 33 %, por lo que se determina que han podido llegar de manera positiva hacia los oyentes generando un atractivo por su programación, mientras que con un 11 % se encuentra Sr Radio y de manera igualitaria con un 6% respectivamente se encuentran Radio Universitaria y UTPL siendo estas las emisoras con menor interacción hacia el agrado de los usuarios.

6.3.1.4 ¿Con qué finalidad sintoniza estos medios?

Gráfico 10. Finalidad por la que sintonizan las emisoras

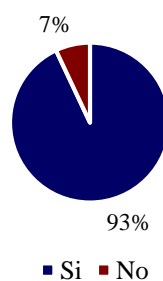


Nota. La figura muestra la finalidad con la que sintonizan estas radios.

Análisis: la encuesta determinó que con un 43 % los usuarios sintonizan la radio por variedad de programación musical, así mismo con un 28 % manifiestan que estos, están más atraídos por proyectos de índole de entretenimiento, con un 18 % y 9 % respectivamente, se inclinan por el consumo de programas de información y modelos de noticias que impulsan la distribución de hechos sociales de forma actualizada, y finalmente con un 2% los usuarios consumen la programación encaminada a los deportes, por lo que se entiende, que a la mayoría de consumidores oyentes están más interesados en contenidos interactivos, de multimedia musical y de distribución de información.

6.3.1.5 ¿Ha escuchado del término podcast?

Gráfico 11. Conocimiento del término Podcast



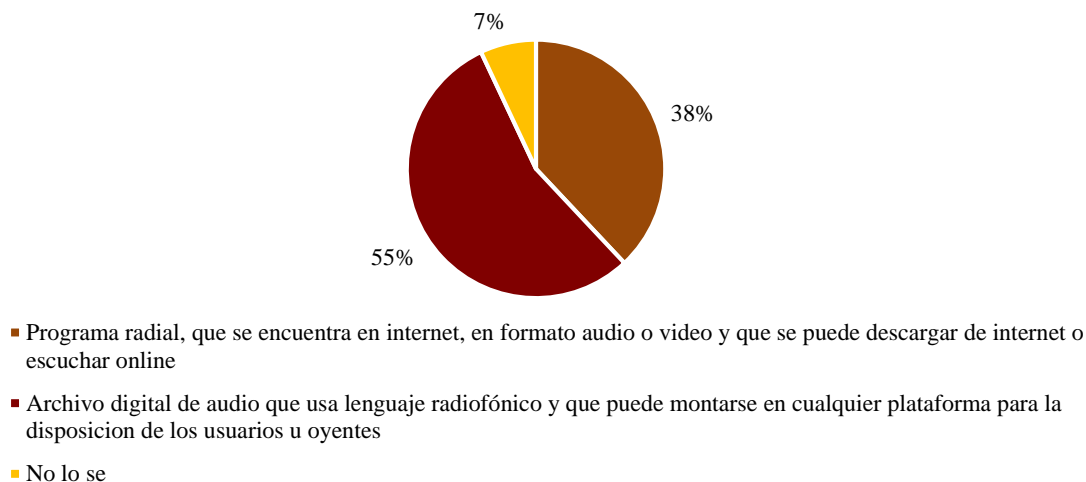
Nota: La figura muestra sobre el porcentaje de personas que conocen el término podcast.

Análisis: La encuesta dio como resultado que el 93% de los encuestados, si han escuchado el término podcast, mientras que un 7% no, por lo que nos da entender que la mayor parte de personas tienen conocimiento sobre dicho término, en los medios de comunicación, permitiendo que las necesidades e

intereses de los usuarios sean contentados por esta nueva herramienta periodística comunicacional.

6.3.1.6 ¿Cuál cree usted que es la mejor definición del término podcast?

Gráfico 12. Definición del término podcast por parte de los encuestados

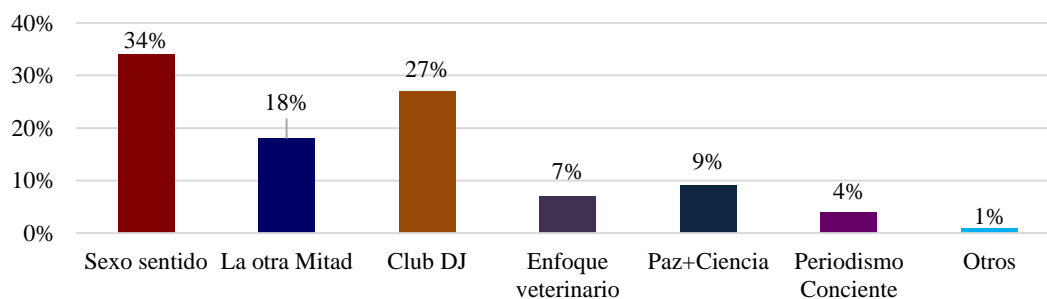


Nota. La figura muestra el análisis de definición del término podcast en los encuestados

Análisis: De acuerdo con las encuestas realizadas, se pudo observar que el 55% determina que el termino podcast es un archivo digital que se usa en cualquier plataforma de comunicación y que usa el lenguaje radiofónico, por otro lado con tan solo el 38 % manifiestan que el podcast es un programa radial en formato de audio o video que se puede descargar de manera inmediata por medio del internet o escuchar en formato online, finalmente con tan solo un 7% desconocen de una definición hacia el termino podcast.

6.3.1.7 ¿Ha escuchado alguno de los siguientes podcasts?

Gráfico 13. Podcast que los encuestados han escuchado

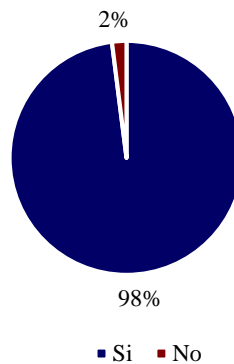


Nota. La figura muestra el conocimiento de los programas de podcast.

Análisis: El 34 % de los encuestados manifestaron que el programa podcasting que suelen escuchar es el, de sexo sentido transmitido por *Kocodrilo Radio*, seguidamente con un 27 % el programa denominado Club DJ emitido por *Radio Sociedad*, así mismo con un 18 % la otra mitad difundido por *Sr Radio*, con menos porcentaje determinado en 9%, 7%, 4% y 1% se encuentran Paz+Ciencia, Enfoque veterinario, periodismo consciente y otros, respectivamente, por lo que nos demuestran que la mayoría de los usuarios tienden a tener interés por programas podcasting en donde informen, debatan y den a conocer su opinión personal de acuerdo a un tema de índole informativo.

6.3.1.8 ¿Considera que el podcast es una buena opción para informarse y por qué?

Gráfico 14. *El podcast es una buena opción para informarse*

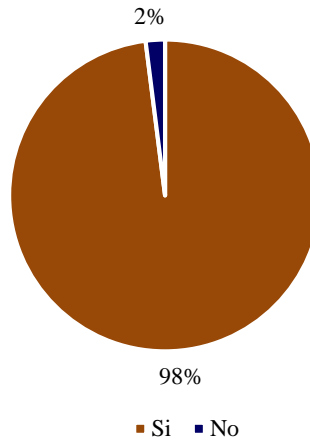


Nota: La figura muestra el conocimiento de los programas de podcast.

Análisis: De acuerdo con las encuestas realizadas el 98 % considero de manera afirmativa que el podcast si es un herramienta positiva para la difusión de información y tan solo con el 2%, no estuvieron de acuerdo, así mismo argumentaron su respuesta del porque es una buena opción, ya que consideran el podcast como una posibilidad completa en la realización de estrategias potenciales y personalidad que difunden de manera inmediata la emisión de contenidos vinculados a la información y que en la actualidad constituyen de gran valor para la credibilidad y utilidad de una buena información periodística y comunicacional.

6.3.1.9 ¿Considera que todas las radios deberían tener podcasts periodísticos y por qué?

Gráfico 15. Consideración si todas las radios deberían poseer un podcast periodístico



Nota. La figura muestra el conocimiento de los programas de podcast.

Análisis: Se puede observar que el 98 % de los encuestados estuvieron de acuerdo con la implementación de esta herramienta dentro de la programación de las diferentes radios, mientras que el 2% no lo estuvieron, argumentando que esta herramienta es una buena opción de manera variada para la difusión de información, así mismo manifestaron que al ser programas entretenidos y poseer temáticas interesantes, ayudarían al interés de temas controversiales y de gran utilidad. Así mismo, consideran al podcast como un método accesible, ya sea por medios digitales o tradicionales, convirtiéndose en una forma principal para el consumo frecuente de la radio.

6.4 Cuarto Objetivo: Proponer un manual para la producción de podcast periodístico.

6.4.1 Modelo de Propuesta para la producción de un podcast periodístico.

Tabla 21. Propuesta para la realización de un podcast

Nombre del Podcast: "Como Hacer un podcast" <i>Anexo 8</i>	
	
Voz en OFF:	Tema del proyecto
José Félix Martínez Yunga.	Concepto, características y pasos para la elaboración de un podcast.
Descripción del producto	
<p>“Como hacer un podcast” es el resultado de una investigación, que surge con la necesidad de ayudar a los futuros comunicadores o amantes del mundo del audio, a mejorar o potenciar sus futuras producciones auditivas, además de dar un nuevo formato radiofónico para la difusión de información periodística, en este caso el podcast.</p>	
Objetivos: Dar a conocer que es un podcast, que características posee, que necesito para hacer un podcast y como hacer podcast.	
<ul style="list-style-type: none">• Ser un modelo a seguir para la realización de futuros podcast.• Incentivar a la producción de podcast periodísticos.• Cumplir con uno de los requisitos indispensables para mi graduación.	
Público objetivo	
Estudiantes de Comunicación, o carreras afines, propietarios o encargados de medios de comunicación, público en general.	
Tiempo de emisión # minutos	Link de propuesta alternativa: https://mega.nz/file/O4dTTDLL#p6qNWhxVkrxjXVNdA7DAOD5QbbRqXQY3rz4OE2A96Bk

Nota. Esta propuesta alternativa tiene como propósito promover la producción de podcast a través de los medios de comunicación radiales. En el siguiente link podrás escuchar esta propuesta, de la misma manera en la siguiente página se encuentra el guion de emisión.

6.4.2 Guion de emisión

Tabla 22. Propuesta de guion de emisión

Nombre del programa: “Podcast sobre cómo hacer un podcast”		
Duración: # minutos		
DETALLES		
Tiempo	Nombre del podcast	“Cómo hacer un podcast”
1: Voz en off		Hola a ti que me escuchas, desde tu celular, tu laptop o tu radio favorita, si estás aquí, seguramente es porque te interesa o eres aficionado al mundo del audio, así que no te despegues que hoy vamos a aprender todo acerca del podcast.
2: FX		
3: Voz en off		Pero ¿Sabes lo que es un podcast?, Si no lo sabes vamos a escuchar que dicen algunos expertos acerca de lo que es un podcast:
4: Voz en off	Audio entrevista	El PhD. Hernán Yaguana, docente Investigador de la facultad de Ciencias Sociales, Educación y Humanidades de la UTPL., menciona que: <i>CLIP ENTREVISTA</i>
5: Voz en off	Audio entrevista	Así mismo el Lic. Tito Ballesteros Comunicador Social. Especialista en Gerencia de la Comunicación Organizacional. Es productor, investigador, coordinador y coautor de los libros: ¡Viva la radio! Mutaciones culturales de lo sonoro (2019) y Enseñar y aprender la radio en América Latina. Radiografías de este presente (2019) entre otros. Impulsa el proyecto Radios de América. Dice que: <i>CLIP ENTREVISTA</i>
6: Voz en off		Luego de escuchar que dicen los expertos, seguramente ya tienes una idea más clara de lo que es un podcast, es por ello que podríamos decir que Podcast, es un archivo de audio digital, que tiene variedad de contenido, pero que debe cumplir con ciertas características, como el discurso radiofónico.
7: FX		
8: Voz en off		Ahora bien, ya que mencione el discurso radiofónico, vamos a conocer cuáles son las características que debe tener un podcast.
9: FX		
10: Voz en off		Para Marcos Costales en su investigación <i>¿Podcasting en Cuba? Emergencias de un formato revolucionario</i> , al hablar de un podcast comunicativo hay que hacer referencia a la voz, la música, los efectos de sonidos y el silencio los cuales conforman el discurso radiofónico. Sin estos elementos sería imposible hablar de podcasting en la radio.
11: FX		
12: Voz en off		Empecemos con la voz, es importante que, al hablar, tu voz transmita lo que deseas, no sería lo mismo hablar de deportes con una voz tímida sin emisión, a decirlo con un entusiasmo propio del tema.
13: FX		
14: Voz en off		Así mismo debes vocalizar muy bien las palabras, para que tus oyentes entiendan tu mensaje. Ahora bien, para acompañar a tu voz, no está de más acompañarla con algo de música, pero ten en cuenta que esta no opaque tu voz, que se mantenga a un nivel de volumen adecuado que permita entender tu mensaje.

15: FX	
16: Voz en off	Hago esta pausa para recomendarte que uses música instrumental, antes que canciones que tengan voz.
17: FX	
18: Voz en off	Una vez que tienes la voz y la música adecuada, es hora de ponerle algo de efectos, claro si consideras que aportan y son necesarios, porque el abuso de los mismos podría desviar la atención de tus oyentes, como dice el dicho, bueno es culantro, pero no tanto.
19: FX	
20: Voz en off	Ahora un elemento que talvez digas porque es útil, porque debería haber silencios, pues sencillo, sin estos espacios de silencio, sobrecargarías tu mensaje lo que dificultaría entenderlo, sería como leer un texto entero sin comas ni espacios, por lo que te perderías en el transcurso y perderías el hilo del tema.
21: FX	
22: Voz en off	Ahora si te preguntas de que debe hablar mi podcast, pues déjame decirte que tienes total libertad, el cielo es el límite.
23: FX	
24: Voz en off	Ahora bien, que necesitas para hacer un podcast, pues nada más y nada menos que “Imaginación” para elegir el tema correcto, algo que te apasione, y obviamente del cual tengas conocimiento, pero también es necesario tomar en cuenta ciertos aspectos técnicos, para que tu podcast tenga la mejor calidad, para hacer un podcast, no necesitas más que un micrófono y una computadora, donde puedas editar ese audio y dejar volar tu imaginación. Aunque hoy en día lo puedes hacer desde tu celular, pero la calidad del micrófono del celular no se compara con un equipo especializado. También te recomiendo que antes de empezar a grabar realices un guion de lo que deseas transmitir, así podrás corregir errores y ahorrar tiempo de grabación.
25: FX	
26: Voz en off	Ahora ya tienes todas las herramientas para realizar tu propio podcast, espero que todo lo mencionado te haya sido de utilidad, y sin más, me despido, mi nombre es José Martínez y esto fue “Podcast sobre cómo hacer un podcast”
27: FX	

Nota. La tabla muestra el modelo de propuesta para la realización del guion de emisión.

7 Discusión

La presente investigación tiene como propósito el análisis del podcast como herramienta periodística para la difusión y consumo de información en las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja. En este sentido y de acuerdo a la perspectiva de Parra y Onieva (2020), el uso del podcast enraíza un nuevo escenario para la implementación de información, ya que contiene una alta capacidad para la producción de diferentes contenidos de índole radiofónico que alcanza un nuevo diseño innovador y atractivo para el mercado.

En este orden de ideas y como resultado de la investigación, se dio el cumplimiento del primer objetivo, el cual se identificó las radios análogas y digitales que hacen uso del podcast, en donde se muestra deficiente ya que solo 5 radios implementaron el uso de esta herramienta dentro de su programación, sin embargo, se destaca que estas radios continúan en un proceso de transformación, en virtud de los diferentes lapsos de digitalización. De esta forma hacen uso del podcast, pero no de forma masiva, puesto que falta mucho desarrollo en los diferentes aspectos técnicos y de conocimiento que conforman la producción de un podcast.

Siguiendo la misma línea, y como resultado del segundo objetivo que consiste en examinar si el podcast cumple con las características técnicas y de contenido, en su mayoría estas producciones son propias de los medios y se basan en entrevistas con diferentes temáticas, que van desde: música, sexualidad, psicología, entre otros, pero teniendo siempre un enfoque en educación.

Cabe recalcar que todos los dirigentes de las radios que hacen uso del podcast en la ciudad de Loja, mencionan tener un formato establecido y elementos tanto discursivos como técnicos que estas producciones poseen, haciendo uso de algunos elementos que conforman el discurso radiofónico, algo que para Costales, Rojas y Badía (2018), consideran que es importante seguir una estructura establecida en donde contenga los elementos necesarios para la elaboración de un podcast como son la tener la voz, la música, los efectos de sonidos y el silencio que conforman el discurso radiofónico.

En cuanto al tercer objetivo, nos dios a conocer sobre la aceptación del podcast como herramienta de información, en donde se determinó que la población lojana escucha en mayor porcentaje las radios análogas con un 73 %, por lo que se manifiesta que la introducción de esta herramienta, explorando nuevas alternativas de expansión hacia la innovación de la comunicación,

así mismo reconocen el termino podcast y a su vez tienen conocimiento de la definición más acertada sobre lo que es un podcast, determinándolo como una buena opción para informarse ya que su contenido es entretenido y posee temáticas interesantes.

De esta forma analizando los resultados de la encuesta aplicada, se pudo determinar que el podcast en una nueva alternativa de difusión de información, que debe ser aplicada en cada de las radios de la ciudad de Loja, ya que esta herramienta innovadora se conecta de manera directa con los oyentes, enseñando o educando con cada uno de los diversos temas que pueden ser tratados dentro del sistema podcasting.

Por lo tanto, las 5 radios de la ciudad de Loja, incorporaron el uso de esta herramienta en su programación, ya que evidenciaron que es una nueva alternativa de innovación y digitalización en la que se puede trabajar como una nueva opción de aprendizaje colaborativo o autónomo, ya que el podcast es un recurso de fácil comprensión al momento de captar información, por lo que los oyentes se ven interesados en este nuevo desarrollo comunicacional, que genera confianza y la innovación para un público variado.

Como argumento en el Ecuador, hacen alusión a que los estudiantes y docentes están inmersos en una cultura de innovación y digitalización en donde profundicen en la importancia de innovar para llegar a los estudiantes en el proceso de enseñanza y aprendizaje, manifestando que la tecnología no puede quedar exenta en la educación, ya que se busca nuevas maneras para comunicarse con los estudiantes, en la actualidad se han incorporado en las universidades aulas virtuales y otras herramientas web 2.0 y una de ellas es el podcast, el cual a tenido resultados provechosos en la audición de los diferentes programas radiofónicos y a adquirido una gran fama e importancia en la exploración del mismo. (Loja, García, Erazo, & Erazo, 2020)

Por otra parte, y para cumplir el cuarto objetivo se elaboró un manual para la producción de un podcast, siguiendo todos los pasos y características para la emisión del mismo, siendo este un modelo a tomar, con el propósito de promover la producción del podcast a través de los medios de comunicación radial.

Por consiguiente, durante el desarrollo de la investigación, se identificó la escasa información del uso e importancia del podcast en las radios del Ecuador, así como también la falta de interés en la promoción de elaboración del mismo y la carencia de capacitación que brinde el

soporte para el uso de esta herramienta podcasting.

Finalmente, los resultados de esta investigación respaldan de manera solida la idea de la importancia del uso del podcast, las estrategias de comprensión y mejora para la contribución de información, analizando y determinando un modelo para el uso y realización de esta herramienta, que se ha convertido en un método de producción de información, permitiendo al oyente el consumo del mismo.

8 Conclusiones

Aunque en la ciudad de Loja existen más de 30 emisoras radiales, siendo el medio de comunicación por excelencia, superando en número al resto de medios como la TV y Prensa, solo 5 radios son las que hacen uso del podcast, de las cuales 3 son análogas y 2 digitales. Estas 5 radios están en un proceso de innovación ya que consideran al podcast como un elemento importante para alcanzar diversos públicos y objetivos, eso proyecta a este formato permitiendo innovar en sus contenidos.

Los podcasts previamente identificados, cumplen con estas características para ser denominados como tal, aunque se ha notado una carencia de calidad auditiva.

Se evidencia la falta de capacitación sobre la elaboración y distribución del podcast, razón por la cual, se dificulta la producción masiva de esta herramienta y su aplicación a los medios radiales, retrasando la evolución del medio y desperdiciando una clara expansión de público.

Se identifico que la población considera que el podcast es una buena opción para informarse. Debido a que este formato, es de fácil transmisión y acceso, especialmente a través de dispositivos como los smartphones, Tablets, PC, IPod, que la población en su mayoría posee y esto ha contribuido a su popularidad.

9 Recomendaciones

Promover la producción de podcast en nuestra ciudad, ya que así se facilitaría la difusión y consumo de información, por todas las características antes mencionadas.

Se recomienda profundizar el tema de calidad auditiva o sonora en la formación de futuros comunicadores y en el público en general aficionado al mundo auditivo, ya que esto permitiría que las producciones de podcast cumplan con estándares de calidad que facilita el entendimiento del contenido que se pretende difundir.

Es necesario estudiar y analizar en el tema podcast, origen, definición, características, tipos, etc., sobre todo en la formación de futuros comunicadores y periodistas, puesto que, hay poca información sobre esta herramienta que permita enriquecer futuras investigaciones.

Generar más producciones de este tipo con diversidad de contenidos y que cumplan con los estándares de calidad, para de esta manera captar al mayor público posible y lograr los objetivos comunicativos propuestos.

10 Bibliografía

- Abreu, J. (2014). El método de la investigación. *International Journal of Good Conscience.*, 195-204.
- Asensi, V., & Parra, A. (2002). El método científico y la nueva filosofía de la ciencia. *Anales de Documentación*, 9-19.
- Avilés, C. (2022). De la radio al podcast: tipologías, dimensión estructural, generos y formatos en la produccion del podcast de las principales radios argentinas. *Austral Comunicacion*, 1-35.
- Costales, Z., Rojas, A., & Badía, A. (2018). ¿Podcasting en Cuba? Emergencias de un formato revolucionario. *Scielo*, 167-184.
- Culqui, D., Farfán, J., Crispín, L., & Álvarez, C. (2022). El Podcast y nla enseñanza del ingles en tiempos de pandemia. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 39-44.
- Direccion de Planificacion y desarrollo de la Universidad Nacional de Loja. (2022). Informe de rendicion de Cuentas. Loja: Direccion de Comunicacion e Imagen Institucional de la Universidad Nacional de Loja.
- Elizalde, G. (2019). Los medios de comunicacion radial y la cultura politica juvenil en el canton Vinces, provicnia de Los Rios - Ecuador. *Carivena de ciencias sociales*, 1-13.
- Equipo corporativo del Municipio de Loja. (2022). Municipio de Loja. Obtenido de <https://www.loja.gob.ec>
- Equipo de edicion SR Radio. (17 de Enero de 2023). SRradio. Obtenido de Sitio web SRradio: <https://srradio.com.ec/programacion/>
- Fernández , A., Lazkano, I., & Eguskiza, L. (2018). Nativos digitales: Consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales online. *Comunicar*, 61-69.
- Flores, K. (2022). El lenguaje radiofonico y su incidencia en el rating de radio viva del canton Quevedo. Tesis de Pregrado, Universidad Técnica de Babahoyo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/13535>
- Gálan, R. (Diciembre de 2021). Radio y podcast, nuevas oportunidades de negocio. El poder del audio digital: Radio y podcast, nuevas oportunidades de negocio. Salamanca, España: Programa de Doctorado: Formacion en la Sociedad de Conocimiento.
- Garcés, V. (2021). Estudios sociales de la radio: entre la instrumentalización, las mediaciones comunicativas de la cultura y la participacion politica. *Encuentros*, 157-170.

- Gómez, J. (2016). La Comunicacion. *Salus*, 5-6.
- Gonzáles, E. (2015). La radio en el vehiculo: Caso y análisis en la ciudad de Loja. Tesis de pregrado, Universidad Tecnica Particular de Loja. Obtenido de <https://dspace.utpl.edu.ec/handle/123456789/12949>
- Guerrero, M. (2016). La investigacion Cualitativa. *Revista INNOVA Research Journal*, 3-5.
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Científica Mundo de la Investigacion y el Conocimeinto*, 165-166.
- Loja, B., García, D., Erazo, C., & Erazo, J. (2020). Podcast como estrategia didáctica en la enseñanza de la expresión oral y escrita. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 167-192.
- Lopera, J., Ramirez, C., Zuluaga, M., & Ortiz, J. (2010). El método analítico como método natural. *Nómadas. Critical Journal of Social an Juridical Sciences*, 20-43.
- Martínez, I., & Suárez, L. (2019). Como Elaborar el Posdcast. *Scielo*, 35-39.
- Monje, C. (2017). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Universidad Surcolombiana.
- Moreno, E. (2005). Las Radios y los modelos de programacion radiofonica. En E. Moreno Moreno, *Las Radios y los modelos de programacion radiofonica* (págs. 1-111). Barcelona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.
- Moreno, P., & Aránzazu, R. (2019). Podcasting y periodismo. Del periodismo radiofónico de inmediatez a la información radiofónica de calidad. *Ediciones Complutense*, 241-252.
- Núñez, A. (2022). La prevalencia de la radio y el lenguaje radiofónico en la sociedad actual. Tesis de Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/667561>
- Ojeda, V. (28 de Enero de 2022). Un viaje por la historia de la radiodifusión. *Cronica*, pág. s/n.
- Oñate, F. (22 de Junio de 2022). Kocodrilo radio. (J. Martínez, Entrevistador) Loja, Loja, Ecuador.
- Otero, A. (2018). Métodos para el diseño del proyecto de Investigación. *Researchgate*, 1-3.
- Parra, D., & Onieva, C. (2020). El podcast como herramienta estratégica de comunicación corporativa. *Razon y Palabra*, 161-193.
- Pérez, M., Pedrero, L., & Leoz, A. (2018). La oferta nativa del podcast en la radio comercial española: Contenidos, generos y tendencias. *Revista historica*, 91-106.

- Piñero, T., & Caldevilla, D. (2011). Podcasting didáctico. Una aproximación a su uso en el ámbito de la universidad española. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 14-30.
- Radio Sociedad. (2021). Radio Sociedad Informe rendicion de Cuentas 2021. Loja: Stereo Sociedad Sociestereo S.A.
- Radio Sociedad. (18 de Enero de 2022). Radio Sociedad 99.3 FM. Obtenido de Sitio web Radio Sociedad: <https://radiosociedad.com>
- Radio UTPL. (2022). Radio UTPL. Obtenido de Sitio web Radio UTPL: <https://radio.utpl.edu.ec>
- Renó, D. (2019). Perspectivas hacia un periodismo post contemporaneo. *Com Humanitas*, 30-50.
- Rivera, A., Rojas, L., Ramírez, F., & Álvarez, T. (2005). La comunicación como herramienta de gestión organizacional. *Negotium*, 32-48.
- Servicios Ambientales S.A. (2017). Ciudad de Loja N°9. En Serie Huella de Ciudades (págs. 12-16). Loja: Direccion de Sostenibilidad, Inlcusión y Cambio Climatico.
- Tejedor, C. (2017). “Análisis de los estudios de Periodismo y Comunicación en las principales universidades del mundo. Competencias, objetivos y asignaturas. *Latina de Comunicacion Social*, 1626-1647.
- Yaguana, A. (2019). La brújula sonora. La radiodifusión ecuatoriana en el siglo XXI. Quito: Editorial Universitaria Abya-Yala.
- Yaguana, H., & Delgado, W. (2014). 85 años de la radiodifucion en Ecuador . Quito: Quipus CIESPAL.
- Yunga, D. (2021). Análisis del discurso del programa radial “Tardes de diversión” y el impacto social en la ciudad de loja en el periodo noviembre-diciembre 2020. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Loja, Loja. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/24067>
- Yuste, B. (2020). Las nuevas formas de consumir informacion de los jóvenes. *Estudios Juventud*, 179-191.

11 Anexos

Anexo 1. Entrevista a expertos en el mundo radiofónico y podcast (Ph.D. Hernán Yaguana)



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
Carrera de Comunicación

Entrevista a expertos en el mundo radiofónico y Podcast

Ph.D. Hernán Yaguana

Docente Investigador de la facultad de Ciencias Sociales, Educación y Humanidades de la UTPL.

Preguntas	Respuestas
¿Qué es el podcast?	El podcast es una revolución a nivel mundial, una estructura informática, que permite llevar la información en sonido de una forma más ágil. Esta debe tener una estética y estándares de calidad, que tenga algo que contar, vendría a ser como en sus tiempos el cassette, un portador de contenido sonoro, con la diferencia de que el podcast su distribución es más fácil.
¿Cómo nacen los podcasts?	Esto viene de broadcast, que es un término de emisión de sonido, y de iPod, esto quiere que es la emisión de archivos de audio, en formatos pequeños.
¿Qué características debe tener un podcast periodístico?	Debe tener una estructura adecuada, debe llegar a crear imágenes a través del sonido, debe llamar la atención, debe contarte una historia.
¿El podcast es una buena herramienta para la difusión de información?	Si, por que llega de manera inmediata, no tiene un costo elevado, tiene muchas ventajas, pero todo esto depende del profesionalismo con el que se lo maneje y que su contenido aporte en algo.
¿Qué opina del uso del podcast en el contexto informativo tanto local y regional?	Esto depende, por ejemplo, en nuestro contexto la conectividad a internet, en donde hay que reconocer nuestra conectividad es pésima, ahora en el sector rural no tienen acceso y no tienen la cultura de consumir este tipo de productos, hay mucho por trabajar para llegar a tener una industria del podcast.
¿Qué tan sencilla es la producción de un podcast?	Es muy fácil, lo difícil es crear un producto que te transmita sensaciones.
¿A comparación de un programa de radio el podcast permite igual o mayor feedback?	La interacción es mayor en el contexto digital, pero además de ese beneficio, tiene sus contras, ya que ahí estas mayormente expuesto a criticas destructivas, no siempre la cantidad de interactividad es lo mejor, en mi opinión prefiero el feedback de radio tradicional.
¿Si existiese un podcast internacional en una radio, usted cree que se puede filtrar la cultura propia de ese país en la localidad?	Podría ser, pero estamos hablando de un mundo digital que no tienen barreras, si no fuese por esta posibilidad, no hubiésemos conocido muchas personas o contenidos, no está mal conocer culturas y defender la nuestra, pero estando abiertos a conocer el mundo, donde hay cosas comunes.
¿Conoce usted, cuáles son las radios en la ciudad de Loja que hagan uso del podcast en su programación?	Si, dentro de la ciudad de Loja, tengo conocimiento que algunas son las radios que han implementado esta herramienta como: <i>La Radio UTPL</i> , <i>Kocodrilo Radio</i> y <i>Radio Sociedad</i> , estas radios son las que tengo conocimiento y de las que me han llamado la atención su tipo de contenido podcasting.

Anexo 2. Entrevista a expertos en el mundo radiofónico y podcast (Tito Ballesteros)



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
Carrera de Comunicación

Entrevista a expertos en el mundo radiofónico y Podcast

Tito Ballesteros

Comunicador Social. Especialista en Gerencia de la Comunicación Organizacional. Es productor, investigador, coordinador y coautor de los libros: ¡Viva la radio! Mutaciones culturales de lo sonoro (2019) y Enseñar y aprender la radio en América Latina. Radiografías de este presente (2019) entre otros. Impulsa el proyecto Radios de América.

Preguntas	Respuestas
¿Qué es el podcast?	No hay un concepto ya establecido sobre lo que es, para algunas personas esto se viene desarrollando desde hace mucho tiempo incluso desde que el termino existiera, otros dicen que es un archivo indexable, muchos envían audios y dicen son podcast, pero para mí solo sería un audio, ahora si esto usa el lenguaje radiofónico, para mí sería un programa de radio, es complicado denominar o conceptualizar este término, ya que es un término que está en pleno apogeo.
¿Cómo nacen los podcasts?	Nacen de la conceptualización de enviar audios mediante la red, pero esto aun no podría definirse hasta que no haya un concepto claro de lo que es podcast.
¿Qué características debe tener un podcast periodístico?	El podcast te permite corregir errores que en un programa en vivo no se puede, el manejo periodístico será el mismo que el de la radio, sus características dependerán de la intención, del contenido.
¿El podcast es una buena herramienta para la difusión de información?	Hay un asunto muy particular de los podcasts, estos son menos masivos y más de nicho, no se basan en una estructura de territorio sino más universales, y dependerá del contenido, si es un podcast noticioso, la noticia tiene la particularidad de ser de actualidad, pero qué tal si alguien escucha este contenido fuera de tiempo,
¿Qué opina del uso del podcast en el contexto informativo tanto local y regional?	Existen diversas formas de usarlo, en principio nace como una herramienta novedosa, ha ido pasando a las escuelas, colegios, cárceles, hospitales, dejo de ser una herramienta atada a la radio, hoy en día cualquier persona puede crear un podcast sin necesidad de pisar una radio.
¿Qué tan sencilla es la producción de un podcast?	Dependerá de la capacidad de la radio y los intereses de la misma, si tienen recursos la calidad podrá ser más alta a diferencia de una que no posea muchos recursos.
¿A comparación de un programa de radio el podcast permite igual o mayor feedback?	Dependerá del contenido y del alcance que tienen, a comparación de una radio que tendrán un alcance territorial o geográfico dependiendo de sus antenas, mientras que el podcast, puede llegar a un mayor número de personas, entonces el feedback dependería de eso.
¿Si existiese un podcast internacional en una radio, usted cree que se puede filtrar la cultura propia de ese país en la localidad?	Creo que un solo audio no podría hacer eso, si una emisora no puede cambiar los comportamientos de la sociedad, menos un audio, modificar una conducta, a veces ni con psicólogo se puede
¿Conoce usted, cuáles son las radios en la ciudad de Loja que hagan uso del podcast en su programación?	Realmente he escuchado a pocas radios que hacen uso de esta herramienta, dentro de mi conocimiento esta la <i>Radio Sociedad</i> , la <i>Radio UTPL</i> , <i>Kocodrilo Radio</i> y la <i>Radio Universitaria</i> , he tenido la oportunidad de escuchar varios de sus podcasts que han sido referente a temas interesantes.

Anexo 3. Entrevista a propietarios o encargado de Radio Sociedad-Leonardo Eras.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
Carrera de Comunicación

Entrevistas a propietarios o encargados de Radios análogas y digitales de la ciudad de Loja que hagan uso del podcast.

Radio:	<i>RADIO SOCIEDAD</i>
Propietario/Encargado:	Leonardo Eras
Pregunta	Respuesta
¿En su medio de comunicación, hacen uso del podcast?	Tenemos programa denominado Club Dj, el cual tiene como objetivo, no ser un típico programa de música, lo hemos estructurado de tal forma que, dependiendo del día, su contenido es diferente. Justamente el día miércoles, este programa tiene su segmento por así llamarlo, denominado “Miércoles de artistas”, el cual siendo sincero no se lo establecido con la intención de ser un podcast, pero sin querer se podría decir que le dimos ese sentido, al momento de colgarlo en nuestra página de Facebook, para que los oyentes puedan oírlo en el momento que deseen.
¿Cuántos podcast son transmitidos al día?	Como lo mencione anteriormente, tenemos el segmento denominado Miércoles de artistas. Este podcast se lo transmite todos los días miércoles a partir de las 16H00.
¿Los podcasts transmitidos, son producidos por la radio?	En efecto este podcast es de total producción de la radio.
¿Qué contenido tienen estos podcasts y a qué público esta dirigidos?	El contenido de este podcast consiste en entrevistas con artistas de la localidad, pero de una manera más fresca, más que entrevista una conversación amena, sobre todo lo que el artista invitado quisiera compartir con nosotros. Y está dirigido a toda el área comercial de la ciudad y provincia de Loja, por el horario en el que se transmite, nosotros creímos conveniente que los artistas lleguen a los oídos de quienes podrían interesarse en sus carreras, además de entretener.
¿Ud. cree que el podcast puede ser una herramienta periodística?	Si, lo son, hoy en día la comunicación se dirige a través de las redes sociales, más allá de si es o no podcast, considero que si el contenido de una producción es bueno siempre será una buena fuente de información periodística.
¿Sus podcasts tienen formato establecido?	Si, tiene un formato establecido, iniciamos con una canción en vivo, seguido la entrevista sobre su carrera, luego damos apertura al público a interactuar, continuamos con una parte jocosa, en la que tratamos temas sobre la persona detrás del artista, y finalmente retomamos sobre su carrera musical enfocándonos en futuros proyectos y contactos del artista.
¿Considera qué hay calidad en los podcasts periodísticos?	Si, pero considero que la producción de radio tradicional, tiene mejor calidad, empezando por los equipos que se usan, que en radio tradicional son más especializados, mientras que para un podcast no necesitas más que un teléfono celular.
¿Si existiese un podcast internacional en su radio, usted cree que se puede filtrar la cultura propia de ese país en la localidad?	Todo, depende de las personas, si adaptarse o no a otras culturas.
¿En su medio, se vienen podcast más adelante?	Nos lo estamos planteando, no dejaremos de lado el uso de esta herramienta, e incluso algunos de nuestros programas, los trasladaremos al medio digital.

Anexo 4. Entrevista a propietario o encargado de Radio Universitaria-Paulina Jara



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
Carrera de Comunicación

Entrevistas a propietarios o encargados de Radios análogas y digitales de la ciudad de Loja que hagan uso del podcast.

Radio:	<i>RADIO UNIVERSITARIA</i>
Propietario/Encargado:	Paulina Jara
Pregunta	Respuesta
¿En su medio de comunicación, hacen uso del podcast?	Si, usamos esta herramienta, incluso algunos de los programas son transformados a este formato, siendo extractos de los mismos, pero en formato podcast.
¿Cuántos podcast son transmitidos al día?	Actualmente estamos en la producción de nuevos podcasts, teníamos anteriormente una serie de podcasts que se transmitían cada semana, pero con los cambios que sufrieron toda el área de comunicación en la Universidad, hay una reorganización.
¿Los podcasts transmitidos, son producidos por la radio?	Si, son de producción propia, pero también se usaba podcast perteneciente a otras producciones.
¿Qué contenido tienen estos podcasts y a qué público esta dirigidos?	Están dirigidos a la comunidad universitaria, sobre todo a la juventud, el contenido de este podcast, era educativo, y los que actualmente se están produciendo tienen un enfoque más de vivencias, que sean experiencias y vivencias de los estudiantes.
¿Ud. cree que el podcast puede ser una herramienta periodística?	Si, considero que es una buena herramienta, incluso considero que son más especializados, ya que tienen temáticas, más específicas.
¿Sus podcasts tienen formato establecido?	Si todos tienen una estructura, la cual dependerá de quien este a cargo de estas producciones.
¿Considera qué hay calidad en los podcasts periodísticos?	He consumido podcast de grandes cadenas a nivel mundial, que hablan sobre temas controversiales pero interesantes, por ello considero que si los podcasts tienen mucha calidad.
¿Si existiese un podcast internacional en su radio, usted cree que se puede filtrar la cultura propia de ese país en la localidad?	Si, llegan a filtrarse, pero considero que eso es parte de nuestra cultura, asimilar esos rasgos culturales, pero dependerá de cada persona.
¿En su medio, se vienen podcast más adelante?	Si, nos encontramos en la producción de algunos, que más adelante se harán públicos, en donde abordaremos varias temáticas.

Anexo 5. Entrevista a propietario o encargado de Kocodrilo Radio-Fabricio Oñate



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
Carrera de Comunicación

Entrevistas a propietarios o encargados de Radios análogas y digitales de la ciudad de Loja que hagan uso del podcast.

Radio:	<i>KOCODRILLO RADIO</i>
Propietario/Encargado:	Fabricio Oñate
Pregunta	Respuesta
¿En su medio de comunicación, hacen uso del podcast?	Pues es complicado, podría decirte que, si lo hacemos, pero a la vez no, ya que el programa tiene el formato podcast, pero no hemos trasladado, esta programación a la web a excepción de Facebook.
¿Cuántos podcast son transmitidos al día?	Actualmente tenemos uno denominado Sexo Sentido que es transmitido todos los miércoles.

¿Los podcasts transmitidos, son producidos por la radio?	Si, es de producción de la radio.
¿Qué contenido tienen estos podcasts y a qué público esta dirigidos?	Sexo sentido, tiene un contenido educativo, justamente sobre temas de sexualidad, pero abordándolo de una forma más asimilable para el público, ya que son temas controversiales y vivimos en una sociedad algo conversadora. Por ello nuestro público objetivo para este podcast son personas con criterio formado, a partir de los 22 años.
¿Ud. cree que el podcast puede ser una herramienta periodística?	Si, es una excelente herramienta, para transmitir y consumir información. Considero que todos los medios deberían usar esta herramienta.
¿Sus podcasts tienen formato establecido?	Si tiene formato, realizamos previamente la investigación sobre las temáticas, y a partir de ellos damos una lluvia de ideas de como transmitirlo, y ahí realizamos la estructura.
¿Considera que hay calidad en los podcasts periodísticos?	Yo considero a título personal que falta mucho en el contexto local, pero esto puede deberse a mi falta de conocimiento, porque puede existir alguno que cumpla con todos los estándares de calidad y lo desconozca.
¿Si existiese un podcast internacional en su radio, usted cree que se puede filtrar la cultura propia de ese país en la localidad?	No creo que se filtre, pero considero que es algo positivo, aprender de otras culturas, y a la vez compartir la nuestra, y mediante eso buscar mejoras en nuestra realidad, o tener referentes que podrían seguirse como ejemplo.
¿En su medio, se vienen podcast más adelante?	Es necesario, la idea es esa mantenernos siempre realizando este tipo de producciones, así que si se vienen varios proyectos más adelante.

Anexo 6. Entrevista a propietario o encargado de Sr Radio-Pablo SanMartín



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
Carrera de Comunicación

Entrevistas a propietarios o encargados de Radios análogas y digitales de la ciudad de Loja que hagan uso del podcast.

Radio:	<i>Sr Radio</i>
Propietario/Encargado:	Pablo SanMartin
Pregunta	Respuesta
¿En su medio de comunicación, hacen uso del podcast?	Si, lo hemos echo, pero más que podcast son entrevistas de interés para el público y que los pueden encontrar en nuestras redes sociales.
¿Cuántos podcast son transmitidos al día?	Tenemos uno y es transmitido todos los días, a partir de las 9PM
¿Los podcasts transmitidos, son producidos por la radio?	El podcast que poseemos es producido por un periodista Freelance, se le brinda el espacio en nuestro medio sin ningún costo.
¿Qué contenido tienen estos podcasts y a qué público esta dirigidos?	Es netamente cultural y está dirigido al público en general.
¿Ud. cree que el podcast puede ser una herramienta periodística?	Si, pero bajo el control y producción de un medio de comunicación, para evitar la distorsión y manipulación de información.
¿Sus podcasts tienen formato establecido?	Tiene un formato de entrevista, y a la temática es definida por su productor
¿Considera que hay calidad en los podcasts periodísticos?	Depende, de la credibilidad que estos productos tengan, todo dependerá de su contenido, más allá de los aspectos técnicos.
¿Si existiese un podcast internacional en su radio, usted cree que se puede filtrar la cultura propia de ese país en la localidad?	Si, se filtra y más allá de la cultura, también información que posiblemente la asimilemos como nuestra, cuando es la realidad de otros lugares, prueba de ello es la frase "Si usted no conoce Loja, no conoce mi país" que es una frase de un grupo argentino,

	y que muchos creemos que nos pertenece.
¿En su medio, se vienen podcast más adelante?	Si, se vienen podcast, con diferentes temáticas.

Anexo 7. Entrevista a propietario o encargado de Radio UTPL-Lourdes Quezada



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN
Carrera de Comunicación

Entrevistas a propietarios o encargados de Radios análogas y digitales de la ciudad de Loja que hagan uso del podcast.

Radio:	<i>RADIO UTPL</i>
Propietario/Encargado:	Lourdes Quezada
Pregunta	Respuesta
¿En su medio de comunicación, hacen uso del podcast?	Si, realizamos algunas producciones de podcast y nos mantenemos en constante evolución con respecto al uso de esta herramienta.
¿Cuántos podcast son transmitidos al día?	Se los transmite, en cuanto el producto se encuentra con todas las características que requerimos.
¿Los podcasts transmitidos, son producidos por la radio?	Si, son de nuestra producción con algunas colaboraciones con otras instituciones como EDUCA.
¿Qué contenido tienen estos podcasts y a qué público esta dirigidos?	Netamente educativo, y están dirigidos a la comunidad universitaria, sin embargo, también a los alumnos de educación básica y a sus docentes.
¿Ud. cree que el podcast puede ser una herramienta periodística?	Si, tienen esa característica de ser de fácil consumo y de mejor distribución. Y tiene la posibilidad de llegar a públicos específicos.
¿Sus podcasts tienen formato establecido?	Si, el trabajo que se realiza, va desde la producción de guiones, hasta la grabación y edición, así que, si tienen su formato, incluyen cortinillas, música, diálogos, etc.
¿Considera que hay calidad en los podcasts periodísticos?	Si, considero que los podcasts se han convertido en foros de temas muy relevantes, y considero que son una herramienta increíble.
¿Si existiese un podcast internacional en su radio, usted cree que se puede filtrar la cultura propia de ese país en la localidad?	Si se filtra, se puede escuchar muchos jóvenes que se les pega términos de otros países, pero esto depende mucho de las personas, si tienen una cultura e identidad formada.
¿En su medio, se vienen podcast más adelante?	Si, continuaremos con la producción de podcast.

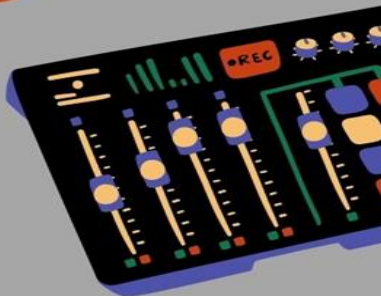
Anexo 8. Ilustración de modelo propuesta de podcast.

¿CÓMO HACER UN PODCAST?




¿QUÉ ES UN PODCAST

El Podcast, es un archivo de audio digital, de contenido variado, que debe cumplir con ciertas características, como el discurso radiofónico.



PASOS PARA CREAR TÚ PODCAST

- Es importante que, al hablar, tu voz transmita lo que deseas.
- Debes vocalizar muy bien las palabras, para que tus oyentes entiendan el mensaje.



- No está de más acompañar tu voz con algo de música, pero ten en cuenta que esta no opaque tu voz.
- Puedes usar algo de efectos, claro si consideras que aportan y son necesarios, porque el abuso de los mismos podría desviar la atención de tus oyentes.



- Un elemento que talvez digas ¿Por qué es útil?, ¿Por qué debería haber silencios?, pues sencillo, sin estos espacios de silencio, sobrecargarías tu mensaje lo que dificultaría entenderlo.
- Ahora si te preguntas de que debe hablar tu podcast, pues déjame decirte que tienes total libertad, ¡el cielo es el límite!



Anexo 9. Certificación de traducción del resumen

Loja, 12 de enero de 2023

CERTIFICACIÓN DE TRADUCCIÓN

Doctora.
Erika Lucía González Carrión, Ph.D.
Docente de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja

CERTIFICO:

En mi calidad de traductora del idioma Inglés, con capacidades que pueden ser probadas a través de las traducciones realizadas para revistas de alto impacto como: Comunicar(Q1): <https://bit.ly/3v0JggL>, así como a través de la Certificación de conocimiento del Inglés, nivel B2, que la traducción del Resumen (Abstract) del Trabajo de Titulación denominado: “El uso del podcast como herramienta periodística para la difusión y consumo de información en las radios análogas y digitales de la ciudad de Loja.” de la autoría del egresado: José Félix Martínez Yunga, con CI: 1105220287 es correcta y completa, según las normas internacionales de traducción de textos.

Es cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado, José Félix Martínez Yunga, hacer uso legal del presente, según estime conveniente.

Atentamente,



Dra. Erika González Carrión. Ph.D.
Docente de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación
Universidad Nacional de Loja