



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación

Carrera de Comunicación

Análisis de la programación de Radio Universitaria 98.5 FM, y su aceptación en la ciudadanía lojana en el periodo mayo-julio 2024

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

AUTOR:

Alex Francisco Troya Alvarado

DIRECTOR:

Lic. Alex Rene Jaramillo Campoverde Mg.Sc.

Loja-Ecuador

2024

Certificación

Loja 25 de octubre de 2024

CERTIFICACIÓN

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: **Análisis de la programación de Radio Universitaria 98.5 FM, y su aceptación en la ciudadanía lojana en el periodo mayo-julio 2024**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comunicación**, de la autoría del estudiante **Alex Francisco Troya Alvarado**, con **cédula de identidad Nro. 1105177305**, 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 TITULACIÓN

Autoría

Yo, **Alex Francisco Troya Alvarado**, 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 Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:



Cedula de identidad: 1105177305

Fecha: 05-11-2024

Celular: 0992124228

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, **Alex Francisco Troya Alvarado**, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Análisis de la programación de Radio Universitaria 98.5 FM, y su aceptación en la ciudadanía lojana en el periodo mayo-julio 2024**, 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 visibilidad de su contenido de la siguiente manera 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, suscribo, en la ciudad de Loja, a los cinco días del mes de noviembre del dos mil veinticuatro.

Firma: 

Autor: Alex Francisco Troya Alvarado

Cedula de identidad: 1105177305

Dirección: Época - Loja

Correo electrónico: alex.troya@unl.edu.ec

Teléfono: 0992124228

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Mgs. Alex Rene Jaramillo Campoverde

Dedicatoria

A mi madre quien ha sido mi fuente de inspiración y el principal motivo para avanzar en mis estudios y conseguir lo anhelado, a mi hermana por brindarme el apoyo necesario y siempre darme ánimos.

Gracias por formar parte de este proceso y convertirse en mi inspiración.

Alex Francisco Troya Alvarado

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme salud y fortaleza para poder complementar mis estudios durante estos cuatro años, a mi madre y hermana por el apoyo incondicional que me han brindado, a mi familia que ha formado parte de este logro, y especialmente a mis amigos y aquellos que, con su presencia y el apoyo constante han sido una fuente de fortaleza durante este proceso.

A mi director Mgtr. Alex Rene Jaramillo Campoverde, por la orientación durante el proceso de desarrollo de mi trabajo, el cual ha sido fundamental para el éxito de esta investigación.

Alex Francisco Troya Alvarado

Índice de contenido

Portada.....	i
Certificación	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de tablas:	ix
Índice de figuras:	ix
Índice de anexos:.....	x
1. Título	1
2. Resumen	2
Abstract	3
3. Introducción.....	4
4. Marco Teórico	6
4.1 La Radio.....	6
4.1.1 <i>Definición de radio</i>	6
4.1.2 <i>Historia de la radio</i>	6
4.1.3 <i>El rol de la radio como medio de comunicación de masas</i>	10
4.1.4 <i>Características de la radio</i>	11
4.1.5 <i>Tipos de radio</i>	12
4.1.6 <i>Modelos de programación radiofónica</i>	14
4.2 Las audiencias.....	15
4.2.1 <i>Audiencias en comunicación</i>	15
4.2.2 <i>Tipos de audiencias</i>	16
4.2.3 <i>Segmentación de audiencias</i>	16
4.3 La radio universitaria	17
4.3.1 <i>Historia y antecedentes de la radio universitaria</i>	17
4.3.2 <i>Importancia de la radio universitaria</i>	18
4.3.3 <i>Teorías de la comunicación aplicadas a la radio universitaria</i>	19
4.3.4 <i>Características de las radios universitarias en Ecuador</i>	20
4.4 Innovaciones en la programación radiofónica.....	21
4.4.1 <i>Avances tecnológicos aplicados a la radio universitaria</i>	21
4.4.2 <i>Tendencias aplicadas a la radio universitaria</i>	22
4.5 Radio de la Universidad Nacional de Loja 98.5 FM	22
5. Metodología.....	26

6. Resultados	33
7. Discusión	52
8. Conclusiones	55
9. Recomendaciones	56
10. Bibliografía	57
11. Anexos	64

Índice de tablas:

Tabla 1. Parrilla de la Radio UNL.....	24
Tabla 2. Contexto y preguntas de encuesta	29
Tabla 3. Contexto y preguntas encargados de UNL radio.....	30
Tabla 4. Contexto y preguntas expertos en radio	30
Tabla 5. Perfil encargado de radio universitaria.....	47
Tabla 6. Perfil de los expertos en radio	49

Índice de figuras:

Figura 1. Mapa de la Provincia de Loja, Ecuador	26
Figura 2. Mapa de la ubicación exacta de la Radio Universitaria 98.5 Fm.....	27
Figura 3. Edad	38
Figura 4. Sexo.....	39
Figura 5. Radio universitaria 98.5 FM	40
Figura 6. Frecuencia al escuchar la radio	41
Figura 7. Temas con mayor interés	42
Figura 8. La radio aborda temas de manera efectiva.....	43
Figura 9. Programación preferida por la audiencia	44
Figura 10. Tiempo de la programación	45
Figura 12. Resultados de la entrevista encargados de la radio	47
Figura 13. Resultados de la entrevista encargados de la radio	48

Índice de anexos:

Anexo 1. Encuesta.....	64
Anexo 2. Entrevista encargados de UNL radio.....	66
Anexo 3. Entrevistas a expertos en radio	73
Anexo 4. Fichas para identificar los programas UNL radio	87
Anexo 5. Certificación de traducción.....	106

1. Título

Análisis de la programación de Radio Universitaria 98.5 FM, y su aceptación en la ciudadanía lojana en el periodo mayo-julio 2024

2. Resumen

La radio universitaria se ha consolidado como un medio de comunicación que contribuye a la producción de contenidos científicos frente al exceso de noticias en la actualidad. Ha influido en la transformación y democratización de la información, además, se ha convertido en un instrumento de formación de pensamiento crítico en los estudiantes y se conecta con todos los miembros de la comunidad universitaria mediante la promoción de acciones colectivas, sociales y culturales. El presente trabajo tiene como objetivo general, analizar la programación de la radio de la Universidad Nacional de Loja 'UNL radio 98.5 FM' y la aceptación que tienen en la ciudadanía lojana. El estudio empleó una metodología con enfoque mixto, con un diseño cuali-cuantitativo, y un corte descriptivo. Además, se aplicaron las siguientes técnicas: Entrevistas a expertos en radio para conocer su criterio, encuesta a 398 lojanos entre 18 a 55 años de edad y observación de la programación radial. Como resultado se obtuvo que la radio universitaria cuenta con diversos programas en su mayoría educativos y musicales, se destaca por la participación estudiantil en la construcción de los contenidos, su audiencia es juvenil con distintas preferencias y su aceptación tiene un alto porcentaje. Se concluye que la naturaleza académica de la parrilla de la radio universitaria permite el involucramiento de las diferentes carreras, promoviendo la difusión de contenido académico y la vinculación del alumnado con la comunidad.

Palabras clave: audiencia; programación, radios universitarias.

Abstract

University radio has established itself as a means of communication that contributes to the production of scientific content in the face of the current news overload. It has influenced the transformation and democratization of information, and has also become an instrument for the formation of critical thinking in students and connects with all members of the university community through the promotion of collective, social and cultural actions. The general objective of this work is to analyze the programming of the radio station at National University of Loja 'UNL radio 98.5 FM' and the acceptance it has among the citizens of Loja. The study used a mixed approach methodology, with a qualitative-quantitative design and a descriptive approach. In addition, the following techniques were applied: interviews with radio experts to learn their criteria, a survey of 398 Lojanos between 18 and 55 years of age, and observation of radio programming. As a result, it was found that the university radio station has several programs, mostly educational and musical, it stands out for the student participation in the construction of the contents, its audience is young with different preferences and its acceptance has a high percentage. It is concluded that the academic nature of the university radio grid allows the involvement of the different careers, promoting the dissemination of academic content and the linkage of the student body with the community.

Key words: audience; programming, university radio stations.

3. Introducción

La presente investigación se enfoca en el “Análisis de la programación de Radio Universitaria 98.5 FM, y su aceptación en la ciudadanía lojana en el periodo mayo-julio 2024”. Entendiendo que, La Radio Universitaria busca desempeñar un papel crucial como plataforma de difusión de conocimiento, opinión y entretenimiento para la audiencia que la sintoniza.

Para ello se debe tomar en cuenta que la radio tiene diversas lecturas, que involucran los plano tecnológico, humano y cultural. En la actualidad ha permanecido como uno de los medios más antiguos que nunca se alejó de la vida cotidiana de la sociedad, por lo que, desde sus inicios ha construido sonidos que persisten en la sociedad. Por tanto, este medio de comunicación progresivamente representa lo que logró progresivamente un espacio entre las familias y se ha vuelto parte casi indispensable de la vida diaria de sus radioescuchas (Dávila y Portugal, 2019).

En el caso de la radio universitaria, su particularidad es estar al servicio de la comunidad, y crear contenidos que giren en torno a problemáticas sociales, la academia y en soporte al arte y la cultura. Es decir, es una plataforma para la expresión estudiantil y comunitaria, además, tiene un enfoque más alternativo y experimental en comparación con las estaciones comerciales (Martínez et al., 2019). Por lo cual, la radio universitaria busca tener una parrilla atractiva para mantener a su audiencia informada, buscando nuevas herramientas para llevar una programación adecuada.

En el caso de la radio de la Universidad Nacional de Loja (UNL), UNL Radio 98.5 FM, su parrilla contempla noticieros, programas de educación y secciones musicales, por lo que la presente investigación busca estudiar el contenido de la programación y determinar si es aceptada por sus oyentes

Para el desarrollo de la investigación se ha formulado un objetivo principal: Analizar la programación de Radio Universitaria 98.5 FM, y la aceptación que tienen en la ciudadanía lojana. Así mismo, se han establecido tres objetivos específicos, el primero, consiste en identificar los programas, con los que cuenta radio universitaria 98.5 FM, sus características para determinar cuáles son las necesidades radiales que tienen la ciudadanía lojana. Además, conocer la aceptación de la programación de radio universitaria por parte de la ciudadanía lojana; y, finalmente, establecer lineamientos que ayuden a mejorar la programación de radio universitaria 98.5fm, acorde a los hallazgos del estudio.

Este trabajo, está estructurado de la siguiente manera: Resumen, en el que consta una síntesis de todo el trabajo; Introducción se menciona la importancia de la investigación, algunos beneficios para el sector investigado: Marco teórico, trata los antecedentes del tema y de los conceptos fundamentales del mismo: Metodología, aquello indica el área de estudio, las técnicas e instrumentos que se utilizaron: Resultados, muestra todo lo que se ha logrado en la investigación; Discusión, se compara los resultados con los estudios previos que se relaciona con el tema: Conclusiones, Sugerencias se reflexiona y sugiere en torno a los resultados que aportan a la investigación. Para finalizar se presenta la bibliografía y anexos, lo que da una mayor comprensión a la investigación.

4. Marco Teórico

4.1 La Radio

4.1.1 Definición de radio

La radio es un medio de comunicación que funciona a través de las ondas electromagnéticas, cuales, como explica Sturley (2023), viajan por el aire en línea recta o por reflexión de la ionosfera (parte de la atmósfera con las capas de aire electrificadas) o de un satélite de comunicaciones.

La radio clásica es conocida como analógica, y es aquella en que la información es codificada sobre las ondas electromagnéticas y descodificadas por los dispositivos receptores, tal es el caso de las antenas que separan el contenido de la señal eléctrica y lo transmiten en forma de sonido. Esto funciona por Amplitud Modulada (AM), es decir, por las variaciones de la altura de la onda electromagnética, cual además tiene costos más económicos, y por Frecuencia Modulada (FM), en este caso se alteran los ciclos de la onda y su calidad es más fidedigna a la realidad (Sturley, 2023).

Por otro lado, Gago (2014) diferencia el modelo analógico del digital terrestre de la siguiente forma: Aunque este también se transporta por ondas electromagnéticas, realiza un proceso de codificación binaria para alcanzar dispositivos electrónicos y al internet. El autor también destaca sus características principales, cuales son: mayor calidad, mejor cobertura, ofrecimiento de nuevos servicios, por ejemplo, información meteorológica o del tráfico, imagen y videos, y actividades interactivas.

En síntesis, los avances tecnológicos de la radio han enriquecido su naturaleza como un medio de comunicación para la conexión y expresión que se encuentra adaptándose a la globalización día a día incorporando nuevos elementos como la multimedia.

4.1.2 Historia de la radio

La historia de la radio para convertirse en el medio de comunicación de masas que es hoy tuvo que pasar por hitos históricos e investigaciones alrededor del mundo durante décadas.

Según Etecé (2019), sus antecedentes datan de los principios del siglo XIX con los experimentos sobre ondas electromagnéticas de Nikola Tesla y Heinrich Hertz, ya que sobre ellos se sentaron las bases de la tecnología radiofónica, por lo que, en 1895, el físico italiano Guglielmo Marconi emitió la primera señal transatlántica. Aunque en su principio

servió de medio de comunicación de punto a punto, por ejemplo, entre barcos y estaciones costeras, su desarrollo se aceleró durante la Primera Guerra Mundial para estrategias militares. Después de la guerra, esta tecnología se hizo disponible al público para transmitir noticias, música, entre otros.

De este modo, posterior a la Segunda Guerra Mundial la radio tomó distintas rutas en Europa y Estados Unidos. Estas líneas de desarrollo, según Martell y Calderon (2020), marcarían las bases de los tipos de radio que se conocen hoy en día. Así, los autores explican que mientras en gobiernos europeos las emisoras vieron las necesidades de una programación que reforzará la identidad nacional, las productoras estadounidenses se inclinaron hacia la propaganda, el consumo y el entretenimiento. Es decir, mientras en el este la radio se dio desde el servicio público, en el occidente creció desde lo privado.

Por lo que, la radio lleva siglos entre la humanidad, y asimismo las técnicas y calidad han evolucionado hasta transformarse en uno de los sistemas más sofisticados de transmisión. En este sentido, en 1980, el autor García expresaba que:

La radio es la voz de los grandes acontecimientos, porque puede ser su testigo inmediato y presencial. Si la prensa tiene el testimonio fotográfico de los hechos mundiales, la radio tiene el registro sonoro de los protagonistas de la noticia. (p.9)

Aunque cabe destacar que, Martell (2007) sostiene que los guiones radiofónicos parten del lenguaje del periódico, pero con oraciones más cortas, la sofisticación de la descripción de imágenes, y el uso de la voz y efectos de sonidos. En palabras del mismo autor, es una tradición heredada y construida por universidades, comunicadores y sociedad civil.

Es por ello que incluso después de que otros medios de comunicación intentaron desplazar a la radio, está siempre se ha sido retomado por las personas que buscan un espacio mediático para presentar sus problemas. Tal es el caso del terremoto de México en 1855, donde a falta de proyectos de restauración, los ciudadanos utilizaron la radio como plataforma para la búsqueda de soluciones (Martell y Calderon, 2020).

Por otro lado, sobre la transición de la radio tradicional o analógica a la digital, Videla y Piñeiro (2017) explican: “Internet y, más concretamente, las plataformas sociales proveen a la radio de un escenario idóneo para multiplicar los puntos de contacto con los oyentes-usuarios y generar nuevas dinámicas de interacción-participación” (p.

1440), lo que ha obligado a los medios adaptarse a estos nuevos canales con contenidos más vinculados a la imagen.

Así, Martell y Calderon (2020) mencionan que, con la globalización, las emisoras que buscaban fomentar un único sentimiento nacionalista tuvieron que adaptarse a responder las necesidades multiétnicas.

Por tanto, se puede determinar que la evolución de la radio la transformó poco a poco en un instrumento de transmisión de información y entretenimiento. La importancia de su historia radica en como la innovación e investigación se puede traducir a progreso, por lo que, las sociedades adquieren la necesidad de obtener dichos avances.

4.1.2. La radio en Latinoamérica

La radio ha desempeñado un papel importante en la difusión de la cultura y la identidad latinoamericana. Es una plataforma para la música, arte, literatura, expresión cultural, educación, salud y otros temas sociales importantes en la región. Pero, sobre todo, ha sido una herramienta de protesta, resistencia y democratización. Así lo sostiene, Martínez-Yépez et al. (2020), ya que de este modo se ha luchado contra la censura mediante contenidos que desafiaban las normas y reglas, en especial durante las dictaduras.

Además, según Cuesta (2016), los contenidos de esta región también se caracterizan por su diversidad e inclusión cultural con los pueblos, nacionalidades y comunidades originarios, indígenas y afroamericanos.

En cuanto al avance tecnológico, según Gutierrez (2017) para la Asociación de Concesionarios Independientes de Radio (ACIR), “la radio tradicional no abandona su sitio como un canal de comunicación masiva preferido por el público y los anunciantes, pero la movilidad que los dispositivos electrónicos le dan a la radio digital hace que su dominio y penetración aumente” (par. 18). Por lo que, este medio a pesar de su antigüedad se sigue adaptando a las nuevas generaciones. Incluso, en promedio los radioescuchas latinoamericanos consumen “cuatro horas y media de radio digital, lo cual se extiende a seis horas y cinco minutos cuando se incluyen otros contenidos de audio como son los podcasts y las plataformas de streaming” (Gutierrez, 2017, par. 7).

Asimismo, el Mapa de Radios de América Latina de Radios Libre (2020), Brasil y Argentina cuentan con el mayor total de frecuencias, con 10092 y 6126

respectivamente. De este modo, se puede afirmar que el rol de este medio en la región tiene importancia en la identidad cultural y de lucha, valores que se mantiene hasta la actualidad.

Por otra parte, en Ecuador, según la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) Radio (2021), la primera estación en ser instalada fue radio El Prado en 1927, aunque cabe destacar que se fundó en 1925 por Carlos Cordovez Borja. Consecuentemente y desde 1930 se empezaron a operar variedad de radios en Quito y Guayaquil, por ejemplo, Radio El Telégrafo. Sin embargo, la verdadera era dorada fue durante los años 40 y 50 donde las familias consumieron en mayor medida este medio por los temas educativos, de política y entretenimiento.

Por otro lado, cuando la radio se aprovechó de la web para proyectarse con mayor fuerza, Aguilar (2017) explica que esta “se adaptó a los ecuatorianos a medida que las ya recurrentes radios empezaban a ocupar su espacio en la red para a través de sus páginas en internet vincular a la comunidad y estar constantemente activos en este contexto.” (p.7). Por tanto, gracias a ello y a contenidos como los podcasts. se han vuelto cada vez más populares, brindando a los oyentes más opciones y flexibilidad para acceder al contenido radiofónico.

En cuanto a la radio en Loja, la necesidad de implementar este dispositivo en la provincia fue “con el fin de posibilitar el contacto social, político, económico y cultural entre los habitantes de la ciudad de Loja con los de su provincia, el Ecuador, América y el Mundo” (Redrován, 2019, p.14). De este modo, como establece Redrován (2019), los primeros artefactos eran colocados en cafeterías o lugares de reuniones para que los lojanos se pudieran acercar a escuchar noticias y música libremente.

En cuanto a las primeras estaciones fundadas en Loja, Diario La Hora (2023) del libro ‘Historia de la Radiodifusión en Loja, Ecuador y el Mundo’ por Víctor Ojeda Feijó resume que:

La primera emisora fue la Radio Santa Cecilia de la Academia del mismo nombre, sumado a otras que aparecieron con el pasar de los años, como Ondas del Zamora en AM en el año 48’, al igual que otras que surgieron, pero no prosperaron, ya que no contaban con la licencia respectiva, como el caso de la Radio 28 de mayo. En el año 56 apareció la Radio Centinela del Sur, entre otras. (parf. 5)

Añadido a ello, se menciona que la radio en Loja se encuentra evolucionando a lo digital en respuesta a la adaptación de las nuevas tecnologías. Según Radio América Latina (2023) entre las radios principales de la provincia se encuentran: La Hechicera, Luz y Vida, Chaski, Radio Municipal, Radio Satelital, entre otras.

Por lo que, este medio en Loja también ha sido sinónimo de avance y desarrollo en la comunidad, ya que, la permanencia de radios en la provincia responde el objetivo de conectarse dentro y fuera del lugar.

4.1.3 El rol de la radio como medio de comunicación de masas

La radio tiene amplio alcance y permite la participación de los habitantes, “su impacto social radica en la inmediatez con la que llega la información y la influencia que puede ejercer sobre los oyentes” (Barquero, 2022, p. 11). Por tanto, tiene una función social implícita de fomentar el desarrollo y evitar el conflicto.

Por ejemplo, durante el contexto post Segunda Guerra Mundial, como describe Zhan (2020), la radio fue considerada un medio necesario para superar fronteras entre nacionalidades y avivar el sentido de paz y reconstrucción, de este modo nace la Radio de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) que difundía programas educativos, de ciencia y cultura que motivaban la paz.

Asimismo, en zonas rurales con pocas formas de conexión al exterior u familias sin acceso a internet, la radio sigue siendo el medio de comunicación por excelencia por su nivel de cobertura, es decir, “no distingue de clases. Permite que cualquier persona, con independencia de su nivel educativo y socioeconómico, acceda a la información” (Rodríguez, 2020, p. 4).

Esta cercanía del público con la radio se debe a la aproximación que genera la cultural oral sobre el oyente, debido a que se da un contexto de intimidad en el que este medio puede “coexistir y acompañar las diversas actividades humanas y, por lo tanto, de materializar hábitos de exposición mediática más arraigados” (Hugo-Garcés, 2021, p. 161), por tanto, se convierte parte de lo social, la vida y los problemas cotidianos, ya que esta se puede escuchar “mientras se ducha, o viaja en el bus, o realiza una labor. Pero no puede entrar a bañarse con el televisor. Y menos aún con la prensa” (Hugo-Garcés, 2021, p. 161).

Consecuentemente, según Hugo-Garcés (2021) las radios fijan a sus audiencias a partir de grupos con gustos similares, basadas principalmente en los gustos musicales. Asimismo, el autor detalla que la radio tiene un rol al responder la necesidad de los oyentes de enterarse de noticias de la urbanidad, incluso y gracias a las coberturas en vivo dan la sensación del sujeto de estar presente en el lugar de los hechos. Así, para Martell (2006) la importancia de la radio es ver más allá de la programación, hacia el aporte que esta puede dar la ciudadanía. El autor expone: “La radio es finalmente un medio en el cual se crean significados, en donde se reproduce la identidad y la cultura más allá del dinero” (p. 248).

Por tanto, se puede afirmar que la radio cumple con las funciones de informar, educar y entretener, lo que también conlleva responsabilidades sociales. Barquero (2022) propone que estos aspectos se subdividen en tres categorías, la primera es La Mediación para asegurar contenidos de calidad. En segundo lugar, se encuentra La Gestión para asegurar procesos de producción transparentes que incluso fomenten la participación ciudadana. Y finalmente La Recepción, que hace referencia al sentido de ética y moral con las audiencias.

De este modo, la radio juega un papel fundamental en la comunicación actual debido a su gran accesibilidad. A pesar de los avances tecnológicos, sigue siendo un medio de difusión masiva que llega a un amplio público, hasta en áreas donde otras formas de comunicación pueden no estar disponibles, lo que la vuelve relevante en situaciones de emergencia, para alertar a la población y brindar información en tiempo real, o generar espacios de denuncia y participación activa de las comunidades.

4.1.4 Características de la radio

Además del alcance masivo y la intimidad y personalidad, la autora Crusellas (2017) señala que las características principales de la radio son:

Flexibilidad y portabilidad: ya que se adapta a diferentes situaciones y horarios.

Inmediatez: es capaz de transmitir información en tiempo real, lo que la convierte en un medio ideal para noticias de última hora, alertas de emergencia y eventos en vivo.

Costo accesible: En comparación con otros medios de comunicación, la radio tiene un costo de producción relativamente bajo, lo que permite que las emisoras ofrezcan sus servicios a un precio asequible.

Diversidad y localismo: ofrece una amplia variedad de programas géneros musicales para satisfacer los intereses de diferentes audiencias. Además, las emisoras locales pueden brindar contenido y noticias relevantes para su comunidad específica.

Interacción y participación: La radio fomenta la participación de los oyentes a través de llamadas telefónicas, mensajes de texto, redes sociales y entrevistas. Esto permite una comunicación bidireccional y crea un sentido de comunidad entre los oyentes.

4.1.5 Tipos de radio

En función de su propiedad y gestión, podemos distinguir tres tipos principales de radio: privada, pública, y comunitaria. La Ley de Radio Fusión y Televisión de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL) del Ecuador así lo reconoce en su artículo 6.

Privadas: La ley anteriormente mencionada sostiene que las estaciones privadas son aquellas que “tienen capital privado, se financian con publicidad pagada y persiguen fines de lucro” (art. 7, 2009). Es decir, son gestionados por entidades particulares.

Para Martell (2021), la programación de la radio privada está condicionada por los intereses empresariales y publicitarios, por lo que los contenidos se enfocan más hacia el entretenimiento superficial. De este modo, el autor argumenta que la difusión radiofónica se convierte en homogénea, no representa los intereses multiculturales y, por lo tanto, no tiene utilidad social.

Públicas: Por otro lado, las públicas se las estipula aquellas “destinadas al servicio de la comunidad, sin fines utilitarios, las que no podrán cursar publicidad comercial de ninguna naturaleza” (art. 8, 2009). Por tanto, no pueden transmitir ningún tipo de propaganda.

Este último tipo de radio se destacan en varios aspectos, Sanchez-Hernandez et al. (2019), explican que su importancia es “la vertebración del territorio, facilitando la cohesión y el sentimiento identitario” (p. 137) y se caracterizan por “la independencia, pluralidad y transparencia” (p. 137), es decir, tienen compromiso con la ciudadanía, pero para que este grupo de personas sienta proximidad hacia las emisoras es necesaria su participación.

El papel de la radio pública según Martell (2019) es brindar un servicio de pluralidad, con contenidos que contribuyan al desarrollo y garanticen el derecho a la libertad de expresión. Es por ello que su utilidad social es informativa, educativa, cultural y de entretenimiento lúdico.

Comunitarias: Además, a las radios de servicio público se relacionan las radios comunitarias, cuales son descritas de la siguiente manera por el mismo instrumento jurídico estudiado en el presente apartado:

Nacen de una comunidad u organización indígena, afroecuatoriana, campesina o cualquier otra organización social, que su labor esté orientada al fortalecimiento de la comunidad, a la consolidación intercultural y social, a la defensa de los valores humanos, históricos, artísticos, que afiancen la identidad nacional y vigoricen la vigencia de los derechos humanos, pueden realizar autogestión para el mejoramiento, mantenimiento y operación de sus instalaciones, equipos y pago de personal a través de donaciones, mensajes pagados, y publicidad de productos comerciales. (art. 8, 2009, p. 5)

No obstante, según Chalango (2021), este medio en Ecuador guarda un recorrido histórico de represiones, lucha, y reconocimiento legal, lo que permite entender sus inicios frente a la población, al Estado y los procesos de sostenibilidad para su buen funcionamiento.

En este contexto, cabe destacar que las radios comunitarias a nivel global tienen su origen en “las tradicionales radios mineras, indígenas y comunitarias, a las que se suman las radio bocinas en el barrio o colonia de las urbes, las de migración, interculturales, multiculturales, las del campo, de la frontera, insurgentes” (Martinez, 2019, p. 27) por tanto, no responden a fines comerciales sino de representación de culturas “para la visibilización, expresión, difusión y deliberación de sus cosmovisiones, narrativas, pensamientos y exigencias.” (Martinez, 2019, p. 30). Asimismo, para Martell (2006) el crecimiento de este medio de comunicación se debe a su capacidad para unir a ciudadanos y brindar espacios de discusión entre grupos sociales.

En este sentido, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (2023) sostiene que en la actualidad “más de 3000 medios comunitarios la integran en todo el mundo. En América Latina y Caribe son más de 500 las asociadas directas y 1500 se suman a través de sus redes nacionales” (par. 3).

Por lo que, su objetivo es servir a las necesidades de esa comunidad, transmitiendo información local, promoviendo la participación ciudadana y defendiendo sus intereses.

Sin embargo, es importante destacar que los medios comunitarios no siempre pertenecen a comunidades o pueblos indígenas sino, más bien, a grupos humanos que tienen limitado el acceso a la comunicación e información y, en consecuencia, responden a realidades y contextos distintos (Asociación Mundial de Radios Comunitarias, 2023).

4.1.6 Modelos de programación radiofónica

Al hablar de programación radiofónica, el investigador Martell (2018; 2020) trae a colación el término de la utilidad social de la radio. Es decir, los contenidos que aportan a la sociedad. Según el autor, estos se pueden dividir entre informativa, educativa, difusión cultural y entretenimiento, pero para que estas se articulen correctamente deben representar minorías, mostrar diversidades, divulgar problemáticas sociales y garantizar el acceso a la participación e información de los ciudadanos. Sin embargo, Martell (2018) puntualiza que estos contenidos son más evidentes en la radio pública que en las comerciales.

De esta forma, el autor Izquierdo (2016) estudia distintos modelos de programación dentro de las teorías radiofónicas. En primer lugar, se encuentra el modelo público enfocado principalmente en contenidos culturales y al servicio de las minorías. A diferencia, del privado, que se caracterizan por buscar el entretenimiento para maximizar las ganancias. Lo cual, explicaría las teorías de Martell (2018) sobre la utilidad social en las radios.

Por otro lado, Izquierdo (2016) también considera al modelo generalista, conocido así por también buscar expandir audiencias por fines comerciales, pero con diversidad de géneros de altos costos, por lo tanto, no existe especificidad de contenido y la mayoría de contenido tiene un poco de todo. Según Lopez (2021) debido a la amplitud de oyentes de esta clasificación es importante “que el departamento de programación conozca los horarios preferenciales de cada público al que queremos llegar y ordene en base a ellos los espacios” (p. 9)

Mientras tanto, el modelo temático tiene público segmentado y por lo tanto discursos fragmentados, como establece Izquierdo (2016) puede incluir diferentes secciones temáticas, como noticias, deportes, entretenimiento y música, esto permite que

los oyentes tengan la opción de sintonizar el programa en función de sus intereses y preferencias. Lopez (2021) explica:

Si especializas tus contenidos, abre tus públicos. Y al revés, si segmentas tu público, abre tus contenidos. Porque el joven al que te diriges, quiere escuchar música, pero también temas de sexualidad, orientación vocacional, política y deportes, de todo un poco. Una segmentación muy especializada lleva, casi seguro, al elitismo. O a una muy escasa audiencia.

Por último, siguiendo la investigación del autor Izquierdo (2016), se dan los modelos de paga y gratuitos, cuales nombres hablan por sí solos.

En conocimiento del funcionamiento de los modelos de programación es imprescindible abordar los procesos de construcción de las parrillas de programación. Para López (2021) primero se requiere un estudio adecuado del mercado, la audiencia, y los competidores, una vez identificados estos aspectos se necesita de un diagnóstico de recursos para proceder a la planificación y producción de contenidos propios.

Por tanto, la radio como modelo de negocio maneja distintas aristas que permiten a los creadores abarcar temáticas desde culturales o hasta de ocio, a su vez, la toma de decisiones en la especialización de contenidos y audiencias se refleja en la rentabilidad de la parrilla de programa, por ello, es importante meditar rigurosamente sus productos.

4.2 Las audiencias

4.2.1 Audiencias en comunicación

Las audiencias son el grupo de personas que reciben mensajes de los medios de comunicación, Prata y Martins (2017) explican que para la radio desde un inicio apuntaba a oyentes colectivos, pero actualmente apunta públicos específicos, por lo tanto, pueden tener características diversas y comunes dentro de los campos sociales, económicos y demográficos.

Asimismo, para Martell (2006) las audiencias de la radio deben apuntar a hacerlos oyentes activos, promoviendo la participación de los consumidores en los programas, pero no solo a través de cartas o llamadas telefónicas como tienden hacerlo las emisoras, sino, crear verdaderas mesas de debate entre los escuchas.

4.2.2 Tipos de audiencias

Para profundizar en el estudio de las audiencias es importante señalar sus tipos, que, según el autor Prieto (2023) especifica los siguientes: Primario, no se tiene en cuenta la reacción del público sino solo se enfoca en dirigirle un mensaje a ese nicho de mercado. Real, son los espectadores que absorben contenidos a través de campañas de medios de comunicación. Potencial, son las personas más susceptibles a consumir activamente un programa. Buscadora, se refiere a aquellos que solo se interesan por un tipo de información y tienen un gran control de su consumo. Amplificadora, es la audiencia que replica mensajes a través de redes sociales, periodismo, entre otros. Y comercial, es la gente que puede reconocer una marca o producto.

4.2.3 Segmentación de audiencias

La segmentación se refiere a la estrategia de dividir al público en grupos específicos con características similares, Priata et al. (2017) explica que:

Es la categorización de los consumidores en función de sus hábitos de consumo y compra. Los beneficios de la segmentación del mercado dependen, sobre todo, de la medición del sistema de valores de los consumidores, así como lo que el cliente piensa acerca de la categoría del producto o servicio ofrecido. (p. 81)

Por tanto, según los mismos autores, se debe “entender la información como mercancía, no solo como un servicio a la audiencia” (p. 79), es decir, se tiene que pensar en la difusión de contenidos como un modelo de negocios.

En este sentido y aunque naturalmente se puede pensar que los radioescuchas son audiencias primarias o pasivas, la radio en las cadenas de valor de los entornos digitales transforma esta percepción, por ello Morales (2019) plantea en pensar en los oyentes desde propuestas más dinámicas e interactivas que se complementen con sus gustos, vida cotidiana y relación con el medio de comunicación.

Como resultado, Martínez y Priata (2017) explican que se da una conversión de la radio clásica con programación estandarizada a:

Una radio que ahora se abre a un modelo convergente y digital, que incluye un público comprometido en una programación multimedia, abierta y experimental, que produce y distribuye información de manera activa. Son las nuevas audiencias de una nueva radio

Por lo tanto, clasificar las audiencias tiene el fin de dirigir programas de manera más efectiva. Esta estrategia reconoce que no todos los consumidores son iguales y que es más eficiente y relevante adaptar los mensajes y las ofertas a segmentos específicos de la audiencia.

4.3 La radio universitaria

4.3.1 Historia y antecedentes de la radio universitaria

La radio universitaria es un espacio por y para los estudiantes con funciones relacionadas al progreso de la comunidad. Según Andrade-Martínez (2022), sus orígenes datan del año 1917 en Estados Unidos con estaciones experimentales de universidades de Detroit, Pittsburg y Wisconsin. Rodríguez (2015) explica que en 1940 nace la *Intercollegiate Broadcasting System (IBS)*, una fundación sin fines de lucro para proteger los derechos de las frecuencias universitarias y asociar el trabajo de estas emisoras para el progreso de las mismas.

Hasta la actualidad Estados Unidos tiene un rol importante por su referente histórico y trayectoria. Generalmente estas radios son “apoyadas financieramente por las universidades, pero operadas, realizadas y en algunos casos, dirigidas por los estudiantes, bajo la supervisión de los departamentos o facultades de comunicación” (Rodríguez, 2015, p. 46)

Por otro lado, su origen en Latinoamérica, según Martín y Giorgi (2019), empieza con la Radio Universidad Nacional de La Plata en Argentina después de la Reforma Universitaria de 1918, posteriormente la Universidad de Antioquia en Medellín, Colombia dio continuidad a las radios universitarias y las caracterizó por generar contenidos culturales y de divulgación científica.

Su incorporación en Ecuador data de la década de los 70 por la Universidad Central del Ecuador, posteriormente, desde el año 2000 se percibe un mayor surgimiento de estos medios, y en 2012 empieza la tendencia por expandirse en internet. Y en 2013, se crea la Red de Radios Universitarias del Ecuador (RRUE) como un mecanismo de asociación para el intercambio y cooperación de estos medios a nivel nacional (Andrade-Martínez et al., (2022).

Mullo (2017) sostiene que existen alrededor de 19 emisoras universitarias en el país, cuales se basan en:

La creación y divulgación de programas elaborados desde las aulas y laboratorios universitarios son distribuidos en formatos tradicionales y la web 2.0. De hecho, la aparición en los últimos años de nuevos medios radiales universitarios, se debe en gran parte a las ventajas económicas y tecnológicas que brinda Internet, para la transmisión de contenidos, mediante el uso de streaming (p. 128).

En síntesis, la radiodifusión universitaria tiene sus orígenes en la necesidad de divulgar contenidos académicos, científicos y educativos pero adaptados a las características de los distintos alumnados, es decir, su público objetivo. A su vez, se ha evidenciado que este tipo de radios han necesitado de organizaciones que faciliten su protección y progreso mediante redes de asociación. Todos estos procesos aprovechando los avances de las tecnologías de la información.

4.3.2 Importancia de la radio universitaria

El objetivo de la radio universitaria desde su génesis ha sido crear una herramienta de empoderamiento de la comunidad estudiantil frente a los medios tradicionales. Para Andrade-Martínez (2022):

Uno de los principales objetivos propuestos desde su nacimiento es la difusión de las actividades académicas, docentes, de investigación y vinculación con la comunidad desarrolladas en las universidades, divulgación de resultados de procesos de investigación científica e innovación tecnológica. (p. 53)

Es decir, a pesar de la diferencia de contenidos por las características de los estudiantes o universidades, su propósito de servicio y exposición traspasa las fronteras, por tanto, fortalece la democratización la información.

Tomando en cuenta que la mayoría de las ocasiones las radios universitarias se clasifican entre comunitarias y públicas, estas premisas terminan siendo congruentes con lo establecido por Martell (2007), es decir, el servicio radiofónico con esta naturaleza tiene una programación orientada al enriquecimiento de la cultura y la educación, desde una producción que refleje valores éticos y fomente la participación ciudadana.

Asimismo, Martell (2006) resalta el caso de la Radio UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México) en 1986, cuando los estudiantes se enfrentaron a las autoridades para reclamar por las reformas universitarias que los perjudicaba. Posteriormente, los estudiantes tuvieron que asociarse para crear su propia emisora, la *K-huelga*, cual demandaba la falta de oportunidades políticas y sociales de los estudiantes y

maestros. El autor coloca estos hechos para ejemplificar el poder de la radio como espacios de discusión en busca de soluciones, cuyo propósito no es solo transmitir un mensaje a la comunidad universitaria, sino, hacerlos partícipes de estos movimientos y llamarlos a la reflexión.

Añadido a ello, con la adquisición de algunas emisoras de frecuencia modulada y la fácil accesibilidad a la radio digital y/o de internet existe la posibilidad de lograr alcances globales, sin embargo, siguen dependiendo de su entorno inmediato. Por ello, como explica Martínez et al. (2019) debido a que los responsables de las emisoras son “docentes, investigadores, estudiantes, (...) los actores que conforman cada universidad” (p. 14), se tiene que pensar en el medio como una extensión del alma mater con proyectos relacionados a temas sociales, de la academia y en soporte al arte y la cultura. En otras palabras:

Pueden ser proveedoras de programas que apoyen el desarrollo y la divulgación organizada, abarcando temas de vigencia universal —como la inmigración, el hambre y la pobreza, la salud o la discriminación—, y tratar estas cuestiones desde una visión académica que dé voz a los sectores que no tienen acceso libre y gratuito a los medios convencionales, sometidos a las reglas del mercado. (Martínez et al., 2019, p. 15)

Por lo tanto, la radio universitaria tiene el poder de ser un agente de cambio dentro y fuera del cuerpo estudiantil, además, es una herramienta para el alumnado de enriquecerse en conocimientos, pero también de adquirir responsabilidades con las audiencias.

4.3.3 Teorías de la comunicación aplicadas a la radio universitaria

Una vez abordado la historia e importancia de la radio universitaria, es necesario profundizar en las teorías de la comunicación que rodean a la radio universitaria y pueden explicar su funcionamiento.

Teoría de la Agenda Setting: La teoría de la agenda *setting* es propuesta por McCombs y Shaw en 1972, y se refiere a la “transferencia de relevancia” que otorgan los medios de comunicación dependiendo de los temas que deciden visibilizar (por ejemplo, no tiene el mismo protagonismo un evento presentando en noticias que en reportajes televisivos) (Ardèvol-Abreu et al. 2020).

La agenda *setting* también se divide en tres niveles, la mediática, es decir, los tópicos a los que los medios presta atención. La pública, son los temas más discutidos por

las personas. Y la política, cual se refiere a los asuntos más importantes para las instituciones y empresas. Esta teoría explica como la opinión pública se ve afectada por lo que los medios presentan y la relevancia que estos le otorguen, pero a su vez por las experiencias personales y factores psicosociales (Castillo et al. 2019; Ardèvol-Abreu et al. 2020). Aplicado a la radio universitaria, la agenda mediática afecta a la comunidad estudiantil desde los debates y las dinámicas que se generen dentro del campus.

Teoría de usos y gratificaciones: Se refiere a los factores psicológicos que influyen en el interés de las personas por un medio de comunicación. Por lo tanto, los espectadores no son simples receptores, sino que son considerados audiencias activas, que se sienten atraídas hacia programas que les otorga gratificaciones en conocimiento, vínculos emocionales, escapismo y pertenencia (Mateus et al., 2023; Valbuena, 2001). Consecuentemente, en la radio universitaria los contenidos educativos, de entretenimiento y culturales pueden causar estos efectos de satisfacción en cuanto más informados e identificados con la institución se sientan.

Teoría de la comunicación participativa: el concepto de comunicación participativa tiene dos significativos, la pedagógica donde todos los integrantes de una comunidad son partícipes de las tomas de decisiones, y la de los medios de comunicación establecida por el acceso a la información. Esta última fue definida por la UNESCO desde tres áreas, la primera es posibilidad de elegir la programación, en segundo lugar, se encuentra la facilidad de participación de los oyentes y finalmente la autogestión del medio. Su función principal es promover la igualdad de oportunidades y la reducción de la discriminación a grupos sociales (Morales, 2020; Combata, 2021). Aplicado a la radio universitaria, los estudiantes y docentes tienen derecho a participar en la producción y difusión de los contenidos, lo que asegura la pluralidad de opiniones y la representación de cada sector de la universidad.

4.3.4 Características de las radios universitarias en Ecuador

En el estudio “Las Radios Universitarias en Latinoamérica: Caso Ecuador” por Andrade-Martínez et al. (2020) demostró que el formato que predomina es el entretenimiento, seguidos por los informativos y finalmente los de divulgación científica. Además “administrativamente las radios representan un gasto no recuperable para la mayoría de universidades” (p. 76), es decir, tienen un sustento autónomo pero que puede no ser estable en tiempos de crisis. En cuanto al equipo humano, la mayoría son estudiantes sobre todo de Comunicación y Periodismo.

Por tanto, en Ecuador el funcionamiento de la radio universitaria se retroalimenta de la misma institución, aunque cabe destacar que la parrilla de programa tiene mayor inclinación a contenidos de ocio como los musicales.

4.4 Innovaciones en la programación radiofónica

La radio como un medio tradicional se ha enfrentado a la convergencia de lo analógico a lo digital, frente a ello, la radio universitaria ha tenido que evolucionar, pero sin dejar sus objetivos misionales. Es decir, divulgar conocimiento académico y científico, formar a los estudiantes en la producción radiofónica y la proyección social. Esta transformación se ha practicado desde la construcción de modelos de programación que siguen tendencias actuales (Sánchez y Barrios-Rubio, 2024). Por ello, en el siguiente apartado se muestran los avances tecnológicos y tendencias actuales aplicadas a la radio universitaria.

4.4.1 Avances tecnológicos aplicados a la radio universitaria

Entre los avances tecnológicos más significativos es la plataformización o uso del *webcast*, es decir, el internet como espacio mediático para la transmisión de contenidos radiales. Entre las plataformas más utilizadas se encuentra *iVoox*, *Spotify* y *SoundCloud*. Las ventajas de estos sitios es la facilidad que tienen los usuarios para acceder a la información, lo cual tiene un impacto social y cultural. Asimismo, esto ha cambiado las formaciones de los profesionales y productores, ya que este nuevo panorama implica pensar en nuevos tipos de narrativas y reforzar la identidad visual, esto con el objetivo de mejorar la conexión con las audiencias más jóvenes (Martín-Pena et al., 2023; Sánchez y Barrios-Rubio, 2024).

Frente a esta democratización de la información, la gente también busca portabilidad para consumir los contenidos a cualquier hora y en cualquier lugar, de este modo los dispositivos móviles como laptops, tablets y celulares son los predilectos por los usuarios para escuchar radio. Por lo que esto demanda contenidos más dinámicos e inmersivos (Martín-Pena y Freire, 2022; Barrios-Rubio, 2014).

Las redes sociales también son parte de los cambios tecnológicos a los que se ha estado adaptando la radio universitaria. Sin embargo, estas no se deben utilizar simplemente por presencia o como canal de distribución, sino, aprovechar las capacidades de interacción para fidelizar a los oyentes (Martín-Pena y Freire, 2022).

De este modo, Varona-Aramburu y Cabrera-Méndez (2024) sugieren eliminar la emisión analógica, para concentrarse en el desarrollo de la radio digital y el *streaming*, sin embargo, reduciendo las emisiones en directos ya que estas resultan más complejas y costosas, en su lugar los autores recomiendan la producción de *podcasts* para hacer frente a las nuevas tendencias.

4.4.2 Tendencias aplicadas a la radio universitaria

Aunque la radio sea un medio sonoro, como Martin (2023) explica, también tiene naturaleza camaleónica. Es decir, se puede adaptar a cualquier circunstancia, y es por ello que no ha desaparecido. Dentro de ese contexto, según Sánchez y Barrios-Rubio (2024), las radios universitarias se han ido apropiando de narrativas transmedia, es decir, se construyen a otros elementos paralelos al sonido, como las imágenes y videos, recursos que son posibles de usar gracias a las plataformas digitales. Para Barrios-Rubio (2014) esta realidad multimedia a la que se enfrenta la radio universitaria no solo aplica los contenidos, sino a las formas de publicidad e identidad visual.

Otra tendencia de las radios universitarias se lo que Pou (2023) denomina como polifonía, es decir, la inclusión de estudiantes y docentes de diferentes carreras para la producción de contenidos radiofónicos, lo que conlleva a la pluralidad de opiniones dentro de un mismo espacio mediático. Asimismo, Janáčková y Brník (2023) sostienen que esta relación estrecha con el público objetivo promueve la metodología de enseñanza “aprender haciendo”, y a su vez, con la capacitación constante a nuevos miembros se crea una cultura de aprendizaje.

Asimismo, la innovación en la programación se evidencia en el aumento de contenidos culturales, de educación y entretenimiento, pero rechazando un modelo tradicional por uno más directo y participativo, por lo que son más comunes los programas de diálogos y entrevistas, ya que los oyentes se sienten parte de la conversación. Por lo que, las radios universitarias se encuentran diversificando sus contenidos adaptándose a las necesidades de su público joven (Janáčková y Brník, 2023; Barrios-Rubio, 2014).

4.5 Radio de la Universidad Nacional de Loja 98.5 FM

La Radio Universitaria de la UNL empezó como un proyecto que actualmente se ha consolidado como uno de los medios de comunicación más importante de la institución. Según la Dirección de Planificación y Desarrollo-UNL (2022), el medio empezó con la frecuencia provisional de 107.3 FM, oficialmente se transmitió el 22+ de

abril de 1997 después de emisiones de pruebas a cargo de la Dirección de Planeamiento Integral Universitario.

La Dirección de Planificación y Desarrollo-UNL (2022) explica que son un medio de servicio público que desde el 27 de julio del 2000 el Estado le otorgó la concesión 98.5 FM cual se modula en Loja-Catamayo, con una programación durante las 24 horas del día. Por otro lado, su misión es promocionar saber culturales desde el análisis para generar una sociedad informada, y su visión es ser un medio que vincule a la universidad con la sociedad al mostrar realidades diferentes.

Por lo tanto, La Radio Universitaria ha mostrado un constante crecimiento y búsqueda por mantener una línea ética, de investigación, y de generación de contenidos alineada con su propósito de vinculación y valores al servicio público.

Además, manejan una parrilla de divulgación científica, entretenimiento, de orientación, entre otros y “en sus estudios se realizan producciones radiofónicas: mensajes, cuñas, promocionales, reportajes, documentales, y otros productos periodísticos; en los que participan profesionales de la comunicación, catedráticos y estudiantes universitarios” (Dirección de Planificación y Desarrollo-UNL, 2022, p. 6). Por tanto, todos los contenidos generados responden a las necesidades institucionales. En la tabla 1 se muestra la programación de la radio, las casillas en rojo es la programación propia, la amarilla externa y en azul se encuentran las que pertenecen a otras facultades.

Tabla 1. Parrilla de la Radio UNL

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo			
05h00 - 06h00	Música Nacional	La Hora Del Agro	La Hora Del Agro							
06h00 - 06h30	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	Musica Lojana	Musica Del Mundo			
07h00 - 08h00	Música Lojana		Musica Lojana	Musica Del Mundo						
08h00 - 09h00	Noticiero Universidad Al Día	Reprise Vista Económica	Romance Ecuatoriano							
09h00 - 09h30	Canto Latinamericano	Canto Latinamericano	Canto Latinamericano	Canto Latinamericano	Sintoniza Tu Mente	Reprise Nuestros Artistas Lojanos	Canto Latinamericano			
09h30 - 10h00				Enfoque Veterinario						
10h00 - 10h30		Sintoniza Tu Mente	Baladas Actuales	Baladas Actuales	Música Actual	Por Fin Es Viernes	Reprise Enfoque Veterinario	Reprise Conociendo Mi Gente		
10h30 - 11h00	Programación Musical	Baladas Actuales						Música Actual	Por Fin Es Viernes	Reprise Menuda Hora
11h00 - 11h30		Estrenos 2019						Estrenos 2019	Estrenos 2019	Por Fin Es Viernes
11h30 - 12h30	Noticiero Universidad Al Día	Momento Compartidos	Reprise Derecho Para No Abogados							
12h45 - 13h30							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		Música Pop Español	Música Pop Español	Música Pop Español	Música Pop Español
15h30 - 16h00	Música Bailable	Mientras Llega El Médico	Informativo Ambiental	Vista Económica	Música Bailable	Música Actual	Programación Musical
16h00 - 17h00		Derecho Para No Abogados				Conociendo Mi Gente	
17h00 - 18h00	Programación Musical		Kawsay Ecuador	Programación Musical			
18h00 - 19h00	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Programación Musical	Nuestros Artistas Lojanos	Reprise	Reprise
						Informativo Ambiental	Kawsay Ecuador
19h00 - 20h00	Emociones	Emociones	Emociones	Emociones	Emociones	Música Del Recuerdo	Lojanidades
20h00 - 21h00	(Reprise) Noticiero	(Reprise) Noticiero	(Reprise) Noticiero	(Reprise) Noticiero	(Reprise) Noticiero	Bailables	Baladas Producción
	Universidad Al Día	Universidad Al Día	Universidad Al Día	Universidad Al Día	Universidad Al Día		Nacional
21h00 - 22h00	Clásico Inglés	Clásico Inglés	Clásico Inglés	Clásico Inglés	Clásico Inglés	Música Pop	Nacional
22h00 - 23h00	Baladas Actuales	Baladas Actuales	Baladas Actuales	Baladas Actuales	Baladas Actuales		Nacional
23h00 - 24h00	Música Nacional	Música Nacional	Música Nacional	Música Nacional	Música Nacional		Programación Musical

Nota. Adaptado de la página oficial de la UNL (2024)

5. Metodología

En la presente metodología se expone el procedimiento general para el cumplimiento riguroso de los objetivos de la investigación, por lo cual, a continuación, se presentan los métodos y técnicas para la realización de la investigación.

5.1. Área de estudio

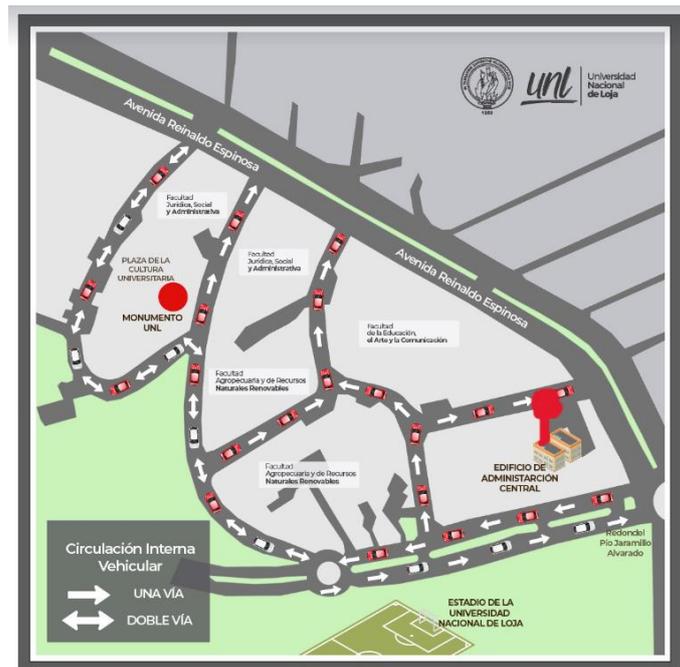
La Radio Universitaria 98.5 FM, se encuentra ubicada en la provincia de Loja, cantón Loja, en la Ciudad Universitaria “Guillermo Falconí Espinosa, específicamente en el edificio de administración central de la Universidad Nacional de Loja, en las calles avenida Reinado Espinoza y Avenida Pio Jaramillo Alvarado. Esta radio es escuchada tanto por la comunidad universitaria como por la ciudadanía lojana.

Figura 1. Mapa de la Provincia de Loja, Ecuador



Nota: La figura 1 muestra la provincia de Loja, haciendo referencia al área de estudio de la investigación.
Tomado de: Mapas Owje (2024)

Figura 2. Mapa de la ubicación exacta de la Radio Universitaria 98.5 Fm



Nota: Toma de la página oficial de la Universidad Nacional de Loja

5.2. Enfoque Metodológico

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar la programación radial y el alcance que tiene en la ciudadanía lojana. Este estudio se llevará a cabo mediante un enfoque mixto, que combina métodos cualitativos y cuantitativos, involucrando tanto metodología cualitativa como cuantitativa.

5.2.1. Método cualitativo

La metodología cualitativa es más flexible, no sigue procedimientos estandarizados, se concibe como un conjunto de prácticas interpretativas donde el investigador no manipula variables, se mantiene con una perspectiva analítica lo que da paso a que los resultados del estudio no sean predecibles como en las investigaciones cuantitativas (Hernández et al., 2014 citando a Neuman, 1994, p.9).

Todo método cualitativo aspira a recoger los discursos completos sobre un tema específico, para luego proceder a su interpretación, enfocándose así en los aspectos culturales e ideológicos del resultado, en lugar de los numéricos o proporcionales.

5.2.2. Método cuantitativo

Los métodos cuantitativos es que permiten trabajar con escenarios más amplios a través de datos estadísticos, ya que requieren una muestra representativa de la población, así mismo, es necesario destacar que este modelo no es contrario al cualitativo, en cambio, se complementan perfectamente en las investigaciones de corte metodológico mixto (Cadena et al., 2017).

Por lo tanto, este método se basa en la recolección y análisis de datos numéricos para la obtención de resultados objetivos y precisos. Para la presente investigación, se utilizó para estandarizar datos cuantitativos sobre la programación radial y sistematizar las opiniones de los encuestados.

5.3. Técnicas

5.3.1. La observación

La observación es la forma más sistematizada y lógica para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer; es decir, es captar de la manera más objetiva posible, lo que ocurre en el mundo real, ya sea para describirlo, analizarlo o explicarlo desde una perspectiva científica (Covarrubias, 2012, p.5).

La ficha de observación se utilizó para analizar la programación de Radio Universitaria 98.5 en términos de contenido, formato y calidad de su programación. Su utilidad radica en su capacidad para capturar fenómenos en tiempo real, brindando un registro detallado y objetivo de los comportamientos, interacciones o situaciones bajo estudio. La ficha de observación proporcionó una herramienta estricta para documentar eventos específicos. Además, su aplicación ayudó a la triangulación de datos, lo que enriquece y valida la investigación a través de múltiples fuentes.

5.3.2 Encuesta

La encuesta permite obtener datos de manera sistemática que otros procedimientos, hace posible el registro detallado de los datos, el estudiar una población a través de muestras con garantías de representatividad, es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas (Grasso, Livio, 2006, p.11)

Considerando esta primicia, la encuesta es otro recurso que se utilizó para lo recolección de datos, con el objetivo de conocer la sintonía de los programas radiales y la aceptación en la ciudadanía lojana, así mismo esto proporcionó una forma estructurada de obtener información de una muestra representativa de la población, lo que permite analizar tendencias, comprender opiniones y actitudes, así como identificar patrones de comportamiento.

De este modo, se administraron encuestas estructuradas a una muestra representativa de la audiencia de Radio Universitaria 98.5 para evaluar la aceptación y percepción de la programación.

Tabla 2. *Contexto y preguntas de encuesta*

Nombre del apartado	VARIABLES DE DATOS
Datos informativos	<ul style="list-style-type: none"> • Género • Edad • Entre otros.
Hábitos y preferencia de escucha	<ul style="list-style-type: none"> • Ha escuchado radio • Frecuencia con la que se escucha • Temas de interés • Radio en la actualidad
Análisis de contenidos de programas	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de contenidos de preferencia • Duración de los programas • Secciones nuevas para programación

5.3.3. Entrevista

La entrevista es un instrumento de gran eficacia para desarrollar investigaciones cualitativas y tiene como función principal recabar datos que después podremos aplicar a nuestros estudios. Se trata de una técnica que se caracteriza por tratarse de una conversación más o menos dirigida dependiendo del tipo de entrevista. (Lopezosa, C. 2020, p. 2). Además, la entrevista semiestructurada es esencial para que el entrevistador tenga una actitud flexible para abordar preguntas e incorporar nuevas cuestiones a partir de las respuestas de la persona entrevistada (Folgueiras Bertomeu, 2016, p.4).

Por lo que, se aplicó la entrevista semiestructurada a expertos en radio con el fin de obtener un conocimiento más cercano de cómo funciona la radio en la actualidad y el alcance que puede llegar a tener con sus programas.

En la tabla 3 se muestran las temáticas abordadas para las entrevistas empleadas en dos personas responsables de UNL Radio 98.5 FM, cuales se dividieron en cuatro categorías: Programas actuales y temáticas, programas específicos para la comunidad

Lojana, participación de la audiencia, abordaje de temáticas relevantes y recomendación de la programación.

Tabla 3. *Contexto y preguntas encargados de UNL radio*

Encargados de la radio universitaria	
Programas actuales y temáticas	<ul style="list-style-type: none"> • Descripción general de los programas • Definición del contenido de la radio
Programas específicos para la comunidad Loja	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades específicas • Promoción y preservación de la ciudadanía lojana
Participación de la audiencia	<ul style="list-style-type: none"> • Participación de la audiencia
Abordaje de temáticas relevantes	<ul style="list-style-type: none"> • Temáticas relevantes para la comunidad
Recomendación de la programación	<ul style="list-style-type: none"> • Programas a incrementar

Mientras tanto, en la tabla 4 se exponen las temáticas que se llevaron a cabo para las entrevistas a expertos, estas englobaron: Opinión general sobre radio, experiencia de escucha, sugerencia de mejora y programas populares.

Tabla 4. *Contexto y preguntas expertos en radio*

Para expertos sobre la radio	
<ul style="list-style-type: none"> • Opinión general sobre radio • Experiencia de escucha 	<ul style="list-style-type: none"> • La radio universitaria • Sintonía de Radios universitaria
<ul style="list-style-type: none"> • Sugerencia de mejora • Programas populares 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoras en la programación • Programas con más sintonía
Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementación de la audiencia

5.4. Muestra y Población

Tal como expresa Hernández-Sampieri et al. (2014), la muestra es un “grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades etc., sobre el cual se habrán recolectado los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia” (p. 384)

Por lo que, estimando que los oyentes de radio en la ciudad de Loja son aproximadamente 81. 393 personas, por ello se procedió a realizar la fórmula para un universo finito (menos de 100.000 personas). Los resultados obtenidos por la muestra

proyectaron a 398 personas, de los cuales se tomó en cuenta el 50% del número adquirido inicialmente, procediendo a la realización de las encuestas.

Como criterio de inclusión se consideró a las personas que escuchan radio están en un rango de edad de 18 a 55 años. A continuación, se detalla la fórmula:

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

n = Tamaño de la muestra

E= Error

σ = Nivel de confianza

p= Varianza que indica las proporciones de las características a estudiar dentro del universo.

q= Varianza, al igual que p, tiene un valor q=50

Datos

N= 81.393

E= 5

σ = 95.5%

p= 50

q= 50

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

$$n = \frac{4 \times 50 \times 50 \times 81.393}{25 (81.392) + 4 \times 50 \times 50}$$

$$n = \frac{10.000 \times 81.393}{2.034.800 + 10.000}$$

$$n = \frac{813.930.000}{2.044.800}$$

n = 398 encuestas

La fórmula se realizó en base a los datos obtenidos de la población lojana entre los rangos de edad de 18 años a 55 años. Esta cifra fue de 92.915 personas. De ahí se procedió a sacar el porcentaje de las personas que escuchan la radio en la ciudad de Loja (87,6 %). Se procedió a realizar la fórmula del porcentaje, que se muestra a continuación:

$$\mathbf{A\% \text{ de } B = (A \times B) / 100}$$

Se procedió a poner en práctica la fórmula, el número de la población entre las edades comprendidas entre los 18 a 55 años que son 92.915 personas se multiplicó por 87,6 y el resultado de esta operación se dividió entre 100. La cifra obtenida de esta operación fue 81.393,54 \approx 81.393, que son las personas que escuchan la radio en la ciudad de Loja. Esta muestra de la población se realizó con la fórmula para un universo finito (menos de 100.000 personas) que dio como resultado 398, que son las encuestas a realizar en la ciudad de Loja.

La encuesta sí se desarrolló con éxito pudiendo completar los 398 encuestados.

5.5. Procesamiento y análisis de datos

El procesamiento se llevó a cabo utilizando herramientas como Atlas. Ti y Google formularios, permitiendo una combinación de los procesos cualitativos y cuantitativos. Estas herramientas contribuyeron a la integración y mejora de la comprensión de la información, facilitando la toma de decisiones basadas en datos analíticos.

6. Resultados

6.1. Análisis de la ficha de observación

Para dar respuesta a los objetivos específicos planteados en la presente investigación se aplicó una ficha de observación para identificar los programas, con los que cuenta radio universitaria 98.5 FM, sus características para determinar cuáles son las necesidades radiales que tienen la ciudadanía lojana

6.1.1. Programas identificados de radio universitaria

Mediante la investigación realizada se pudo identificar trece programas con su contenido diez realizado por la Universidad Nacional y tres que son retransmitidos por esta radio, esto se identificó en el periodo de mayo – julio de 2024, donde podemos determinar algunas características.

UNL noticias es de tipo noticioso, el cual se trasmite de lunes a viernes en el horario de 08h00 a 09h00 de la mañana, su contenido es bueno, la participación del público viene dada por la interacción en redes sociales, no hay llamadas telefónicas tampoco mensajes de texto, son dos participantes entre el locutor y un entrevistado, su calidad del sonido es regular y los efectos y sonido son adecuados. Así mismo este segmento informa a su audiencia con temas locales nacionales e internacionales, se considera que se lleve el programa en el tiempo establecido, existen comentarios que invita a su público que se quede conectado.

A bordo, transmitido los días miércoles de 10h00 am a 11h00 am, un programa en vivo desde la cabina de UNL radio, con un contenido informativo, llevado por la Unidad de Educación a Distancia y en Línea, con transmisión en Facebook. La calidad del contenido es buena y su interacción con la audiencia es a través de Facebook, su número de participantes es de tres que son docentes de la unidad de educación a distancia y en línea, manejan diferentes tipos de invitados para mejorar la programación, su calidad del sonido es buena igual que el uso de efectos y sonidos. No se presentaron llamadas ni mensajes de textos.

Por otra parte, comparten información sobre lo unidad de educación a distancia y tema que conlleva cada semana, informando lo que está llevando las diferentes carreras, en esta observación se trató sobre el manejo de los residuos, se recomienda tener cuidado con los ruidos de fondo y que el programa se lleve en el horario establecido para no interrumpir con otros programas, determinando que la calificación general de programa es buena.

Enfoque veterinario este programa es de tipo informativo, el cual se trasmite los días jueves en el horario de 10h00 am a 11h00 de la mañana, el programa es en vivo desde la cabina de UNL llevado por la carrera de veterinaria.

Los temas a tratar son realizados por los estudiantes, su contenido tiene una calidad buena, la participación del público se lleva por la red social Facebook, no hay llamadas telefónicas, tampoco mensajes de texto, el programa es llevado por dos estudiantes que comparten información sobre diferentes temas de esta carrera, su calidad del sonido es regular y los efectos y sonido son adecuados. Asimismo, informa a su audiencia sobre animales y mascotas, también desarrollan temas como la importancia de los zoológicos y de centros de conservación. Se recomienda que la conversación entre los locutores sea más fluida y el programa se lleve en el tiempo establecido, en general el programa es bueno con proyección a mejorar.

IDI café es de tipo informativo, el cual se trasmite los días martes en el horario de 10h00 am a 11h00 de la mañana, el programa es en vivo desde la cabina de UNL, es un programa del instituto de idiomas locutado por los docentes, su contenido es regular y algunas veces la interacción de los locutores ocasiona silencio, la participación del público se lleva por la red social Facebook, y en la página del instituto de idiomas, no hay llamadas telefónicas tampoco mensajes de texto.

Su número de participantes son dos docentes, su calidad del sonido es regular y los efectos y sonido son adecuados. Este programa comparte información sobre las actividades y los programas que oferta el instituto de idiomas para el conocimiento de los estudiantes y la audiencia que los sintoniza. Se recomienda tener cuidado con el sonido, evitar la conversación no se corte y el programa se lleve en el tiempo establecido.

La suite de la academia es un programa tipo informativo con entrevistas en vivo, el cual se trasmite los días martes en el horario de 16h00 pm a 17h00 de la tarde, el programa es en vivo desde la cabina de UNL, realizado por la Facultad de Energía con la participación de docentes y estudiantes su contenido es más de opinión para conocer sobre diversos temas y generar interacción en la audiencia, su contenido es bueno, la participación del público se lleva por la red social Facebook.

Además, no hay llamadas telefónicas tampoco mensajes de texto, su número de participantes es de tres estudiantes y un encargado que este asignado para este espacio, su calidad del sonido es buena y los efectos son adecuados. El objetivo del programa es

analizar difundir y generar opinión sobre la academia, con un tema en específico que afecte a la sociedad lojana, por ejemplo, en el programa analizado se trató sobre la transformación tecnológica para el desarrollo del país, la programación es buena con proyección a mejorar.

Lunes verde es de carácter informativo con entrevistas en vivo, el cual se emite los días martes en el horario de 12h15 pm a 13h00 de la tarde, el programa es en vivo, este programa que lleva a cabo por naturaleza y cultura internacional, la Universidad Nacional de Loja y Universidad Técnica Particular de Loja, su contenido es bueno, la participación del público se lleva por la red social Facebook y YouTube, no hay llamadas telefónicas tampoco mensajes de texto, pero si comentarios en las redes sociales que se transmite, su número de participantes es de tres que locutan el programa, su calidad del sonido es buena y los efectos son adecuados.

En el siguiente programa presentan entrevistas en vivo con temas informativos como, por ejemplo: el cambio climático, la ecología, el cuidado del medio ambiente. Además, también destaca la difusión de las actividades dentro de la universidad con el tema de cuidar el medio ambiente y los proyectos que se están ejecutando con las diversas carreras y los estudiantes que son partes de este tema, cada una de las instituciones lleve el programa por un mes.

Públicamente, este programa se transmite los días martes en el horario de 12h00 pm a 13h00 de la tarde, el programa es en vivo desde la cabina de UNL, realizado por los docentes de la carrera de administración pública, la participación del público se lleva por la red social Facebook, su número de participantes es dos docentes quienes conducen el programa, no existieron mensajes de texto ni tampoco llamadas telefónicas, su calidad del sonido es buena y los efectos y sonido son adecuados.

Por ende, da a conocer a los oyentes temas claves que ayudan a entender las políticas públicas, el costo de vida ligada a la administración pública, sin ser tan técnicos para que los oyentes puedan realizar con facilidad la información compartida se recomienda tener cuidado con el ruido, no mover objetos cerca del micrófono, dicha programación es buena.

Romance ecuatoriano es de carácter musical, el cual se transmite de lunes a viernes en el horario de 06h00 am a 06h45 de la mañana, lo realiza radio católica nacional, es académico, retransmitido por radio universitaria, su número de participantes es dos

quienes conducen el programa, su calidad del sonido es buena y los efectos son adecuados. Por cuanto, es llevado a cabo por dos locutores que son especializados en investigación musical, donde realizan un análisis de la música ecuatoriana desde el aspecto técnico, la programación en general es buena.

Sin límites es de tipo informativo, el cual se trasmite los días sábados en el horario de 09h30 am a 10h00 de la mañana, es un programa pregrabado y retrasmitido por diferentes canales de comunicación, de la fundación. Su contenido es bueno, no se ha presenciado la participación del público, no hay llamadas telefónicas tampoco mensajes de texto, su número de participantes es de uno, su calidad del sonido es buena y los efectos son adecuados, el programa da a conocer al público la realidad de las personas con discapacidad y noticias relevantes para la ciudadanía de lo que ellos están realizando, mezclando con música, el objetivo es concientizar al público.

Tu próximo destino es de tipo informativo mezclando el entretenimiento, el cual se trasmite los días jueves en el horario de 09h00 a 10h00 de la mañana, la programación es en vivo desde la cabina de UNL, llevado por los docentes de la carrera de turismo, su contenido es bueno, la participación del público se lleva por la red social Facebook, tienen mensajes de texto por WhatsApp, los oyentes fieles la sintonizan por las dinámicas que llevan a cabo.

Así que, su número de participantes es tres docentes quienes conducen el programa y en ocasiones se unen invitados, su calidad del sonido es buena y los efectos son adecuados. Por otro lado, comparte información sobre las noticias más recientes del sector turístico, cambios y regulaciones, información sobre la rutas y destinos que se puede visitar dentro de la ciudad de Loja, el cantón y la provincia, se presenta un segmento cultural y se promociona las fiestas religiosas de los diferentes sectores y parroquias, se invita a los oyentes a visitar estos lugares. se recomienda tener cuidado con el sonido a momento que están hablando, la programación es buena.

Vista económica es de tipo informativo, el cual se trasmite los días jueves en el horario de 15h30 pm a 16h00 de la tarde, el programa es en vivo desde la cabina de UNL, llevado por los estudiantes de la carrera de economía, su contenido es bueno, la participación del público se lleva por la red social Facebook, no hay llamadas telefónicas tampoco mensajes de texto.

Además, su número de participantes son dos estudiantes quienes conducen el programa y en ocasiones llevan algún invitado para tratar un tema en específico, la calidad del sonido es buena y los efectos son adecuados. Asimismo, comparte información sobre la economía local y global analizada desde la academia, temas que afectan a la comunidad desde una perspectiva económica y social de manera juvenil y entretenida, se recomienda tener cuidado de no interrumpir con sonidos al momento que están hablando, la programación es buena con proyección a mejorar.

Pin Pon es un programa realizado por las pasantes de la carrera de Comunicación, son mini entrevistas para dar a conocer los docentes. Debido a la corta duración de cada episodio (menos de un minuto), este espacio no tiene un horario específico, sino que, se transmite en cualquier momento del día entre 06h00 am hasta 07h00 pm.

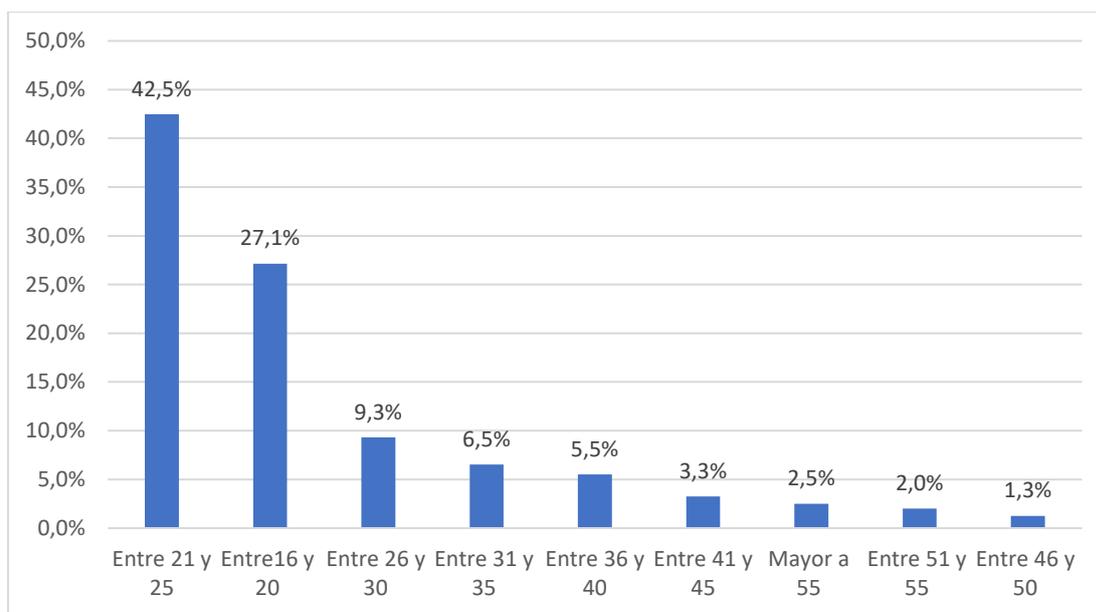
Sintoniza tu mente durante el análisis de la presente investigación, este programa dejó de transmitirse debido a que se encuentra en proceso de renovación para un próximo ciclo, pero cabe destacar que es realizada por Psicología Clínica los días viernes a las 10h00 am.

6.2. Análisis de la encuesta

A continuación, se presenta el análisis de la encuesta para dar respuesta al objetivo planteado:

Conocer la aceptación de la programación de radio universitaria por parte de la ciudadanía lojana.

Figura 3: Edad

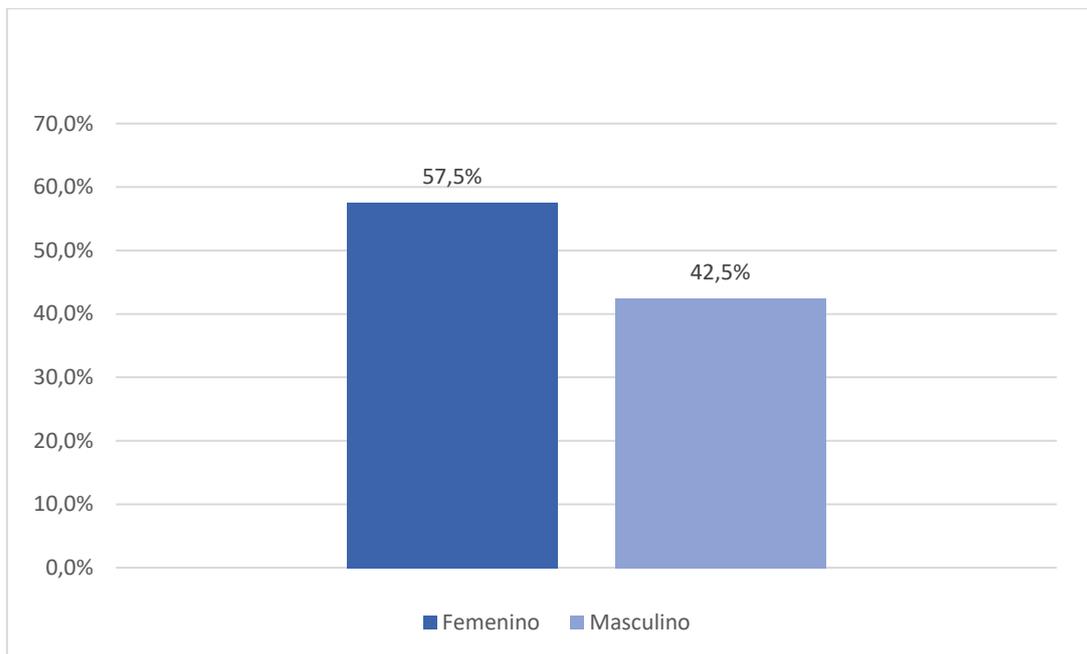


La mayoría de los encuestados se encuentra en el rango de 21 a 25 años (42.5%). El segundo grupo más numeroso es el de 16 a 20 años (27.1%). Los grupos de edad de 26 a 30 años, 31 a 35 años, 36 a 40 años, y 41 a 45 años tienen una representación menor, con 9.3%, 6.5%, 5.5%, y 3.3% respectivamente. Las edades de 46 a 50 años, 51 a 55 años, y mayores de 55 años tienen las menores proporciones, con 2.5%, 1.3%, y 2.0% respectivamente.

El mayor indicador corresponde a personas que están entre 21 y 25 años, acompañadas de las de 16 a 20 años con un promedio, estas personas se entienden que tienen una mayor posibilidad de conectarse a escuchar la radio. Mientras que las edades de 26 a 45 años de edad pueden tener algunas limitaciones ya sea por sus trabajos o diferentes actividades que desarrollan mientras que las personas mayores a 46 a 55 años en adelante pueden tener otras preferencias e intereses.

La población encuestada es predominantemente joven, con más del 69% de los encuestados entre 16 y 25 años. Esto puede indicar que el estudio se centró en una población joven, quizás estudiantes universitarios o jóvenes profesionales.

Figura 4: *Sexo*



La encuesta realizada arrojó como resultado un 57,5% en mujeres y un 42,5% en hombres que escuchan la radio.

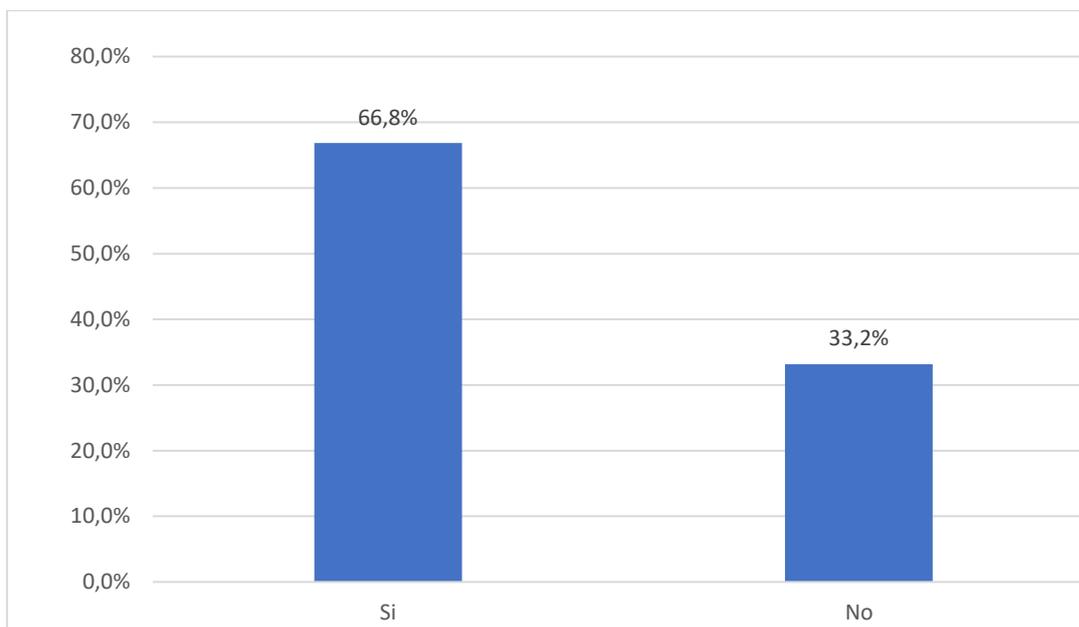
En la ciudadanía lojana según la encuesta aplicada el mayor consumo de la radio es por parte de las mujeres pues ellas las pueden sintonizar para sus labores (estudios, trabajo labores de casa, entre otros), no obstante, los hombres también escuchan la radio para sus labores diaria como conducir, estudiar, o en sus trabajos con un medio de entretenimiento.

Pregunta 3: *Profesión u ocupación*

Esta pregunta tuvo carácter abierto, los encuestados respondieron en su mayoría que sus profesiones u ocupaciones son estudiantes, docentes, médicos, abogados, choferes profesionales, también se encuentra bioquímicos, enfermeras, bomberos, ingenieros, albañiles, funcionarios públicos, electricistas, ama de casa, entre otros Lo que indica que la radio está presente en todas estas personas, para informa entretener y realizar sus actividades cotidianas.

Pregunta 4. ¿Usted ha escuchado la radio universitaria 98.5 FM?

Figura 5: *Radio universitaria 98.5 FM*

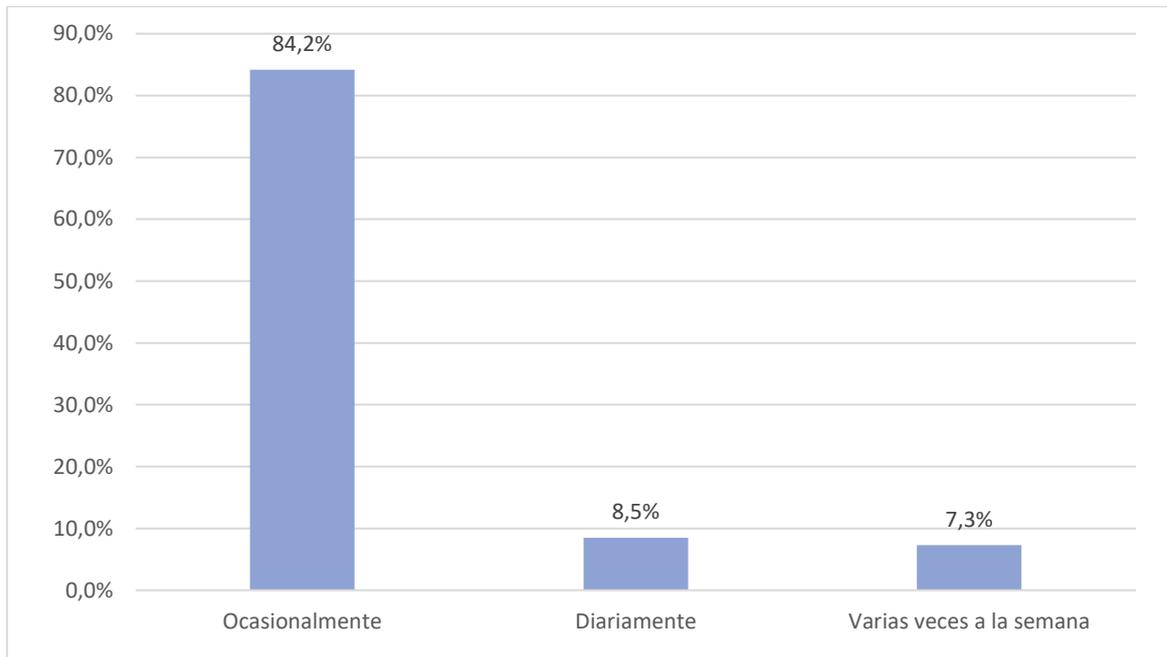


Según la encuesta proporciono como resultado que el 66,8% sí ha escuchado la radio universitaria (UNL radio) 98.5 FM, mientras que el 33,2% no ha sintonizado esta radio.

La radio universitaria tiene un buen nivel de alcance por parte de la población seleccionada, lo que refleja una presencia destacada y una buena aceptación en la comunidad. Aquellos que no la sintonizan podrían estar enfrentando comunicacionales, como desconocimiento de la frecuencia o falta de interés en la promoción actual. No obstante, existe la oportunidad de ampliar su alcance.

Pregunta 5. ¿Con qué frecuencia escuchas la radio?

Figura 6: Frecuencia al escuchar la radio

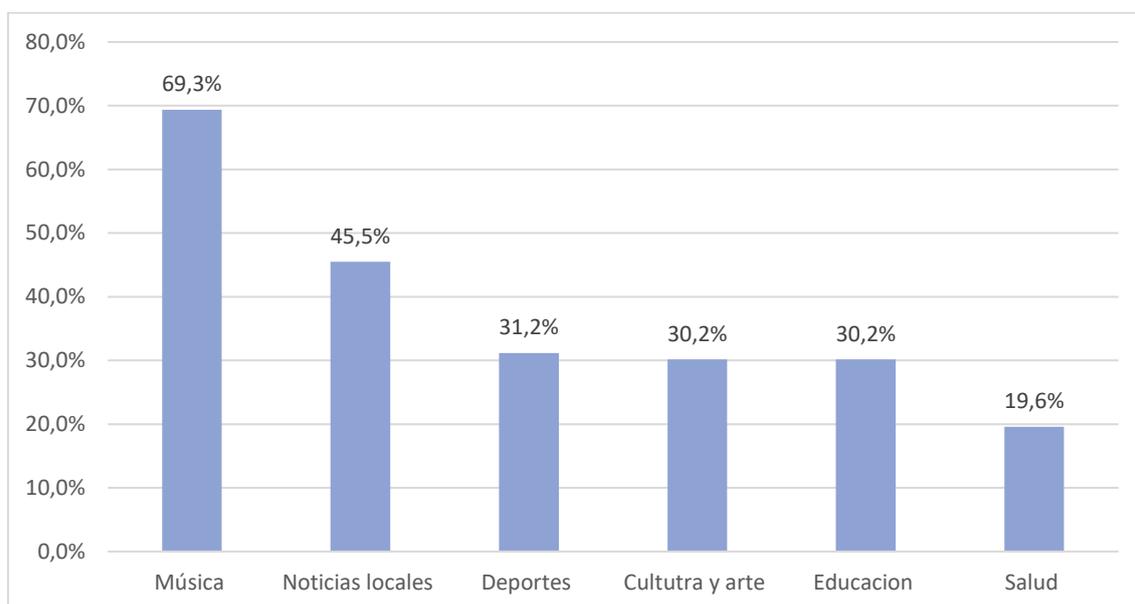


Los resultados sobre la frecuencia con la que escuchan la radio son: un 84,2% ocasionalmente, el 8,5% diariamente y seguido de un 7,3% varias veces a la semana.

Por lo que, se observa que el bajo nivel de interés al escuchar la radio se ha convertido en una tendencia actual, es decir, la realidad sobre la muestra es la falta de hábito de sintonizar este medio de comunicación, lo cual podría deberse a la naturaleza tradicional del mismo o a su escasa presencia en entornos digitales.

Pregunta 6.- ¿Cuáles son los temas que más te interesan al escuchar la radio?

Figura 7: Temas con mayor interés

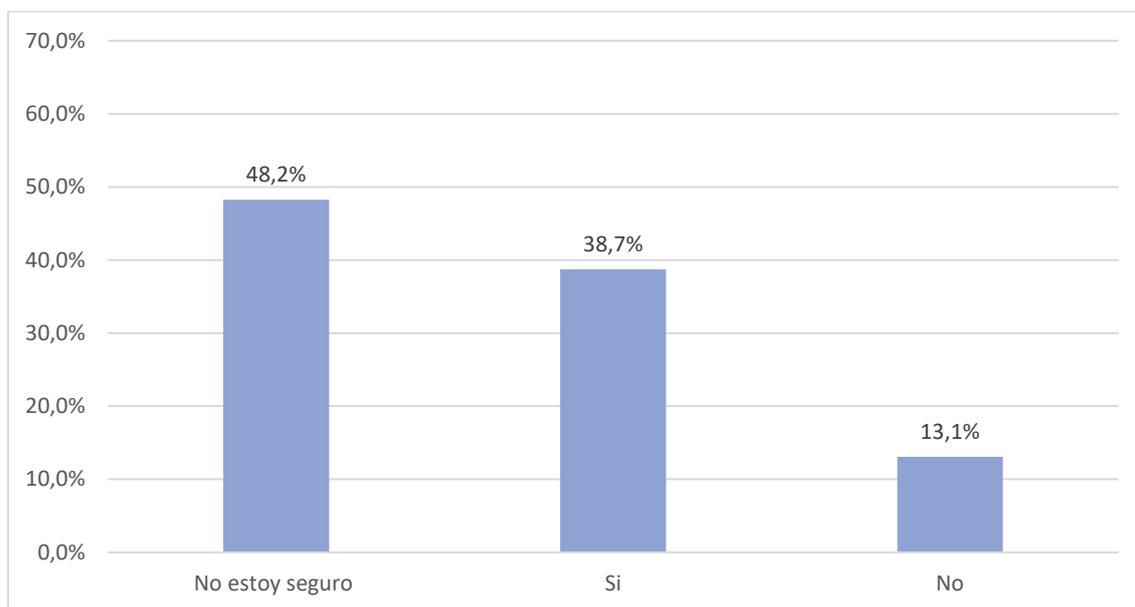


Los datos obtenidos de las encuestas nos indican que la ciudadanía lojana prefiere escuchar música con un 69,3%, noticias locales en un 45,5%, deportes con el 31,2%, cultura y arte con el 30,2% educación con un 30,2% y salud con un 19,6% de interés al preferir un programa radial.

Esto demuestra, que los programas musicales son los contenidos más populares y demandados por las audiencias, ya que, es evidente su poder de atracción y retención. No obstante, las noticias locales también revelan un gran interés en los oyentes. Mientras tanto, las cifras por los deportes, la educación y la cultura y arte muestran una preferencia menor pero considerable y similar. Estos resultados exponen que la audiencia valora el contenido que no solo los entretiene, sino que también informa y educa.

Pregunta 7.- ¿Crees que la radio actual aborda de manera efectiva los temas que interesan a la comunidad lojana?

Figura 8: *La radio aborda temas de manera efectiva*

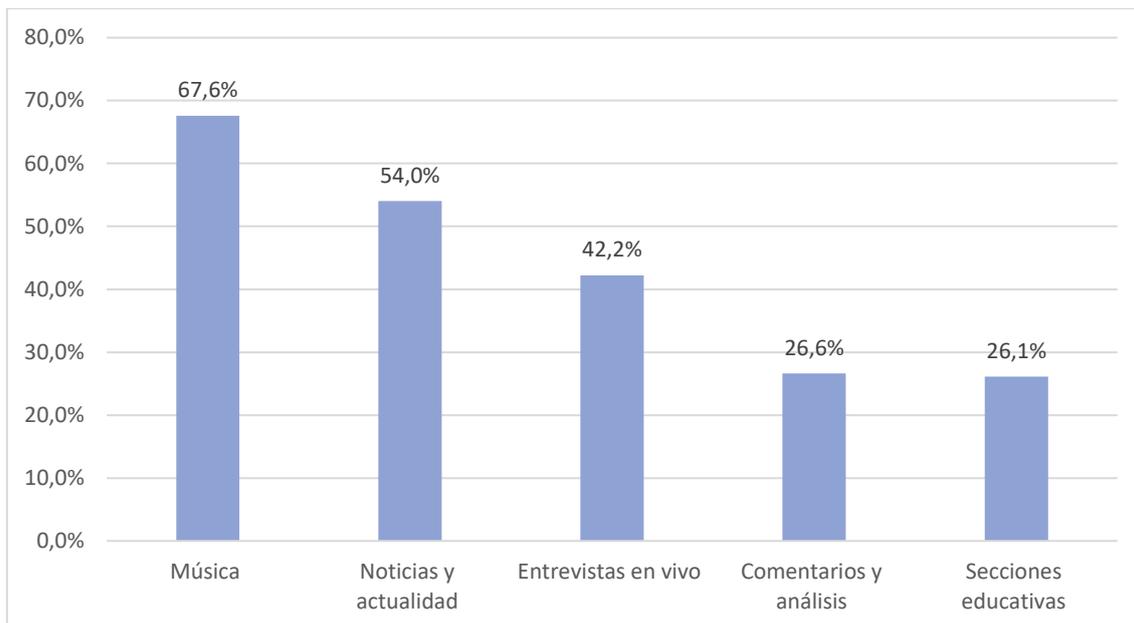


En las encuestas realizadas se evidencia que los resultados sobre si la ciudadanía está segura que la radio aborda de manera efectiva los temas de interés para la comunidad se evidencia que un 48,2% no está seguro, mientras que un 38,7% si, y por ultimo los que no es un 13,1%.

Un gran porcentaje de los encuestados no esté seguro de que la radio aborda de manera efectiva los temas de interés para la comunidad. Esto indica una falta de claridad o confianza en la programación de la radio. Aquellos que creen que la radio si aborda de manera efectiva, representa una base de la audiencia que confía en la programación actual. Sin embargo, aunque la minoría no creen que se aborda de manera efectiva, esto puede reflejar insatisfacción con la calidad de los contenidos, la selección de los temas, o la forma que se los presenta.

Pregunta 8.- ¿Qué tipo de contenidos prefieres en un programa radial?

Figura 9: Programación preferida por la audiencia

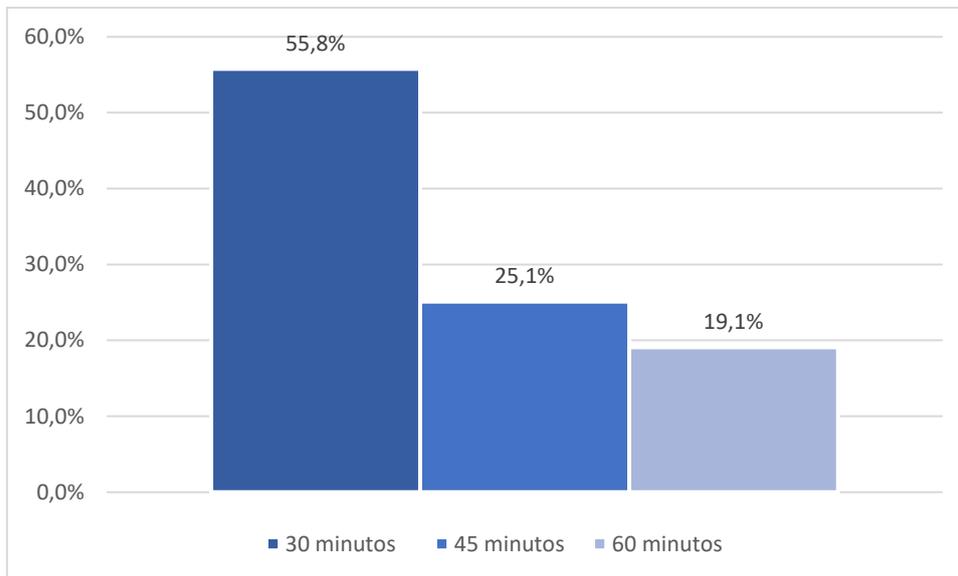


Los datos obtenidos en la encuesta nos muestran el tipo de contenido que prefieren en un programa radial, teniendo en su mayoría música con un 67,6% mientras que noticias y actualidad un 54,0%, seguido de entrevistas en vivo con un 42,2%, siendo los programas con mayor interés a diferencia de las categorías comentarios y análisis y secciones educativas, ya que cuentan con un 26,6%.

Esto podría indicar que la inclinación hacia la música a que esta tiene la capacidad de acompañar a las personas en su vida diario. Por otro lado, la preferencia por la programación de noticias y actualidad sugiere una alta demanda de información relevante y actualizada, tanto a nivel local como global. Mientras tanto, la entrevista en vivo muestra una tendencia por la búsqueda de una experiencia más personal y directa con los invitados. En cambio, el bajo porcentaje de comentarios y análisis y secciones educativas revela la necesidad de innovar en temas académicos más llamativos.

Pregunta 9.- ¿Cuál es el tiempo que tu prefieres para un programa radial?

Figura 10: Tiempo de la programación

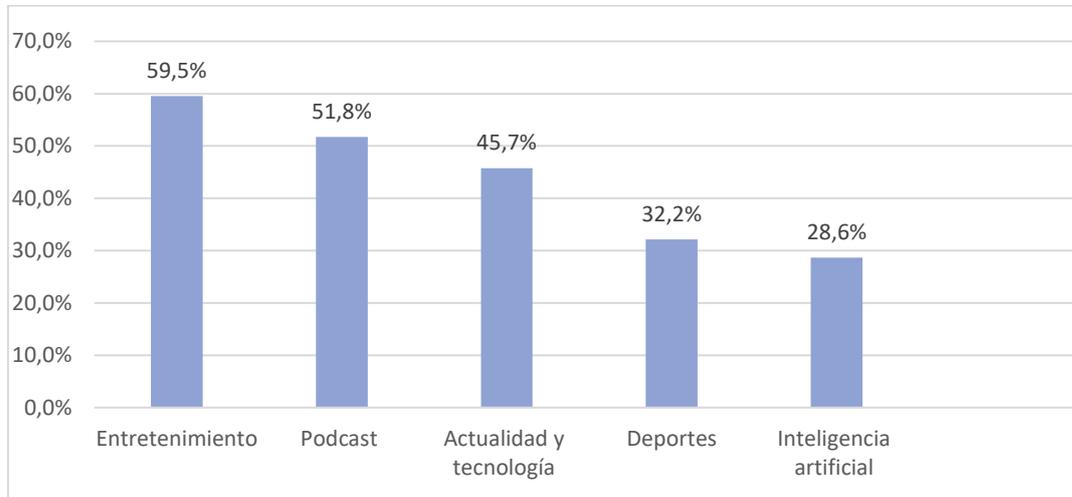


En estos resultados obtenidos sobre el tiempo que es de preferencia para un programa radial se obtiene que un 55,8% prefiere 30 minutos de programa, un 25,1% señala 45 minutos y así mismo un 19,1% 60 minutos para una programación radial.

La encuesta aplicada indica una clara preferencia por los programas de 30 minutos, esto podría estar vinculado a los horarios ocupados de los oyentes, ya que optan por consumir información y entretenimiento de manera rápida, pero también una gran cantidad de oyentes prefieren programas de 45 y 60 minutos, lo que sugiere una considerable porción de radioescuchas con interés por el tratamiento de los temas a profundidad.

Pregunta 10.- Qué nuevas secciones o programas te gustaría escuchar en la radio Universitaria (UNL radio) 98.5 Fm?

Figura 11: *Nuevas secciones de programación*



Nota: Elaboración propia

Los resultados arrojados de las encuestas sobre los programas que les gustaría escuchar en la radio universitaria son los siguientes: entretenimiento con un 59,5% el 51,8% sobre el podcast, así mismo tecnología y actualidad con un 45,7% seguido de los deportes con un 32,2% y por último inteligencia artificial con un 28,6% que preferirían tener un programa que trate de esto.

Los resultados de la encuesta evidencian una evolución en los hábitos de consumo radiofónico. Si bien el entretenimiento sigue siendo el pilar fundamental que prefieren las audiencias, se observa un interés hacia formatos más profundos como los podcasts. La demanda por la información especialmente en ámbitos como la tecnología y la actualidad, se consolida como una tendencia emergente. El deporte como un espacio de análisis, mantiene su relevancia. Además, el creciente interés por temas como es la inteligencia artificial, lo que sugiere una audiencia cada vez más informada y exigente.

6.3. Análisis de las entrevistas

6.3.1. Resultados de las entrevistas realizados a los encargados de la radio

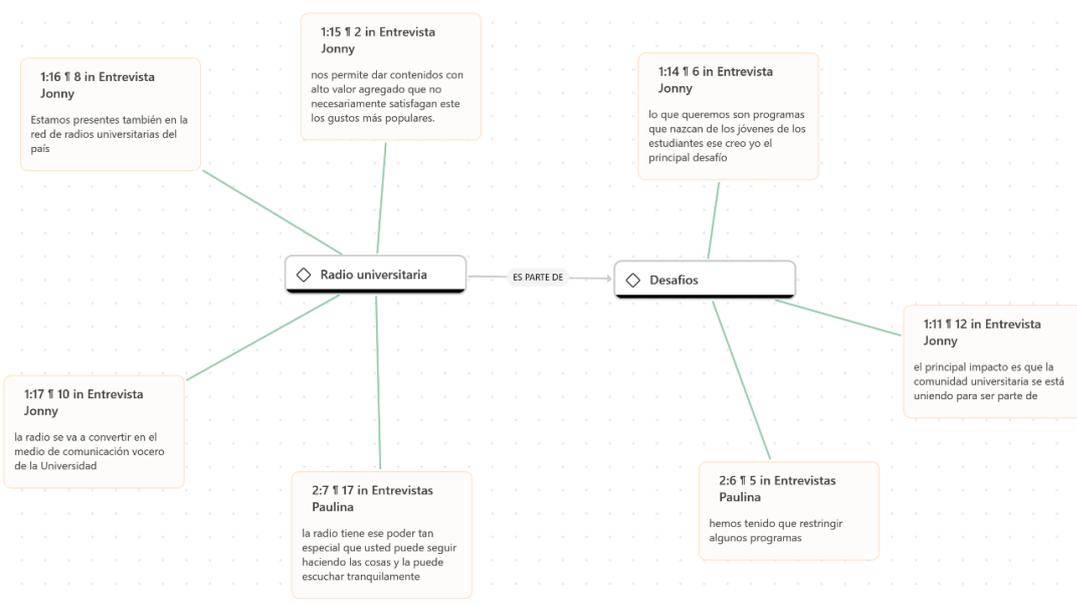
Para cumplir el objetivo sobre establecer lineamiento en base a los hallazgos se aplicó entrevistas a los encargados de la radio universitaria y a expertos sobre radio.

Para esto se utilizó la aplicación ATLAS. Ti, la cual permitió, a través de diferentes códigos, comparar y analizar las respuestas de los entrevistados.

Tabla 5. Perfil encargado de radio universitaria

Entrevistado 1 (E1)	
Nombre:	Jonny Toledo
Cargo:	Encargado de la parte técnica de UNL radio 98.5 FM
Entrevistado 2 (E2)	
Nombre:	Paulina Jara Delgado
Cargo:	Encargada de la parte estratégica de este medio de comunicación

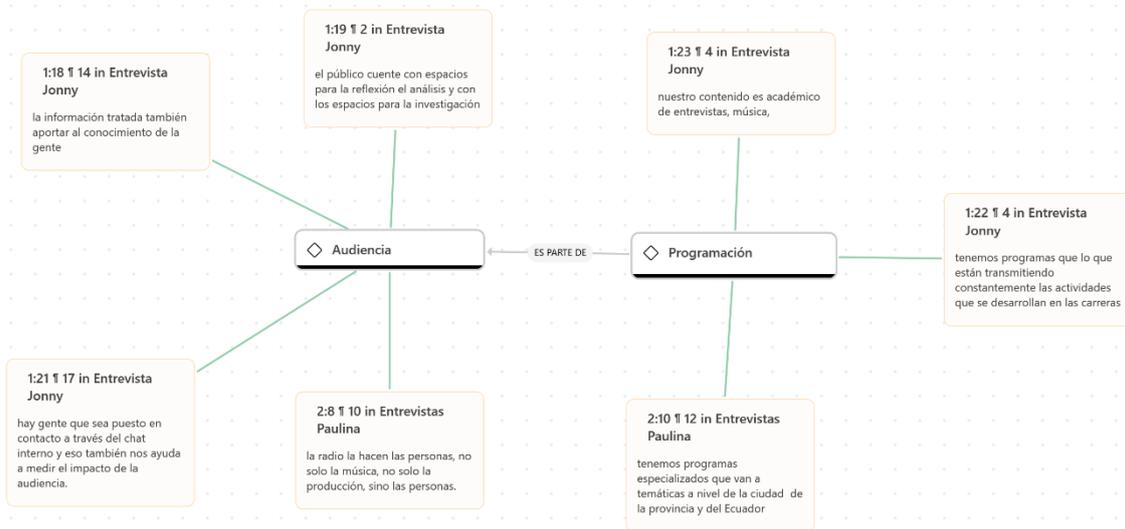
Figura 12: Resultados de la entrevista encargados de la radio



Los resultados obtenidos mediante la entrevista a los encargados de la radio universitaria mencionan que, si la UNL radio 98.5 FM se encuentra dentro de la red de las radios universitarias obtendrán mayor visibilidad y aumentará su alcance. Además, afirman que este tipo de medio de comunicación por su rol como vocero de la Universidad, sus contenidos tienen un valor ya que no satisfacen únicamente los gustos más populares.

Sin embargo, la radio siempre va a estar presente a constantes desafíos, en el caso de UNL radio 98.5 FM es evidente que uno de ellos es la falta de credibilidad por parte de los estudiantes de la universidad sobre la función de este medio en mantener unida a la comunidad universitaria.

Figura 13: Resultados de la entrevista encargados de la radio



Con respecto a las audiencias, los entrevistados mencionan que el público tiene un espacio para la reflexión y el análisis de espacios de investigación, pero es esencial poder tener la opinión crítica del público para mejorar en los diversos aspectos. Por otra parte, la programación de la radio siempre va a hacer académica con entrevistas y completando los espacios con diversidad de música, para entretener a su audiencia especialmente a la comunidad universitaria.

6.3.2. Resultados de las entrevistas realizadas a expertos sobre la radio

Las entrevistas fueron ingresadas textualmente a una matriz, para un posterior manejo adecuado de los datos; seguidamente se llevó a cabo una selección del contenido de cada una de las respuestas que aporten al cumplimiento del objetivo, después de esto se procedió a identificar las diferentes categorías o patrones que se repiten, finalmente, se razonó en cada uno de los patrones generando conclusiones generales de cada una de las respuestas dadas por los entrevistados.

Tabla 6. *Perfil de los expertos en radio*

Entrevistado 1	
Nombre:	Dennise Gonzaga
Profesión:	Mgs. Comunicación e identidad corporativa, asesora de comunicación del vicerrectorado académico de la Universidad Católica.
Entrevistado 2	
Nombre:	Santiago Estrella
Profesión:	Comunicador, docente de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), permanece en el mudo periodístico como la radio y revistas escritas.
Entrevistado 3	
Nombre:	Renna Alava
Profesión:	Periodista independiente, ex director de radio San Gregorio de la Universidad Particular de Portoviejo.

Pregunta 1. ¿Qué opinión tiene sobre la radio universitaria?

Los expertos en radio coinciden en que, la radio universitaria se ha destacado por ser un espacio formativo y experimental permitiendo a los estudiantes desarrollar habilidades y mejorando sus prácticas, la radio fomenta la creación de contenidos innovadores y relevantes que las radios comerciales, públicas no suelen explorar, además cuenta con la capacidad de abordar temas relevantes y actuales, de tal manera que la práctica directa con los estudiantes de diversas carreras son clave para desarrollar habilidades comunicativas, teniendo un ambiente de experimentación e innovación que no siempre es visibles en las radios comerciales. En conclusión, la radio universitaria no solo llega a estar como un medio de comunicación sino también, ayuda a conectar el conocimiento académico con la realidad de la comunidad, informando a sus oyentes.

Pregunta 2. ¿Cómo se diferencia la radio universitaria de otras estaciones de radio, comerciales o comunitarias?

En cómo se diferencia la radio universitaria de otras estaciones radiales los entrevistados mencionan que, la radio universitaria prioriza la calidad y veracidad de sus contenidos apoyándose de la información académica ofreciendo una programación que no solo entretiene, sino que al mismo tiempo educan incluso con temas de entretenimiento y deportes. Por otra parte, las radios comerciales se centran más en la rentabilidad y el número de sus audiencias lo cual puede llegar a disminuir en la calidad de la información. Finalmente, las radios universitarias deben estar más conectadas con la ciudadanía conectando con las audiencias sobre temas locales y del interés del público ya que a menudo estas llegan a ser ignoradas por las radios comerciales.

Pregunta 3. ¿Cómo ve el papel de las radios universitarias en el futuro de la educación y comunicación?

Todos coinciden que la radio sigue siendo un medio de comunicación masivo y accesible que puede llegar a donde otras plataformas no lo hacen. Así mismo, la integración de nuevas tecnologías como que son online con audio y video, es una oportunidad para ampliar su alcance, es así que, los expertos enfatizan en poder mantener la esencia de la radio centrándose en el contenido para la comunidad profundizando los temas. Además, la radio universitaria puede permitirse innovar pudiendo experimentar con nuevos formatos, mejorando la calidad de los contenidos, brindando información y conocimiento relevante. Se concluye que la radio universitaria tiene un futuro prometedor dentro de la educación y la comunicación si logra adaptarse y evolucionar sin perder su identidad.

Pregunta 4. ¿Cuáles cree que son los programas que más sintonía tienen en las radios universitarias?

Los entrevistados coinciden que los programas informativos y deportivos, siempre tendrán una buena acogida, pero sugieren que la radio debería ampliar su programación incluyendo programas que aborden temas culturales y sociales en beneficio de la comunidad, Por otro lado, se puede realizar una investigación y encuestas para entender mejor las necesidades de la audiencia, asegurando que la programación sea realmente

relevante. Concluyendo, la radio universitaria tiene el potencial para informar y entretener enfocándose en crear contenidos que respondan a las necesidades radiales de la audiencia con un enfoque accesible y relevante.

Pregunta 5. Nos podría brindar algunas recomendaciones para incrementar y mantener a la audiencia.

Los profesionales entrevistados expresan que se debe modernizar y ser auténticos para concertar con la audiencia, puede utilizar formatos innovadores como los podcasts y mantener una buena calidad del contenido centrándose en las necesidades y preferencias del público. Además, el uso de un buen lenguaje accesible y cercano para los oyentes enfatiza en una mejor comprensión de los contenidos, evitando tecnicismos que los puedan confundir. En conclusión, para incrementar y mantener la audiencia, las radios universitarias deben ser creativas, auténticas y responsables combinando información de calidad con un enfoque cultural, permitiendo un equilibrio entre la innovación y la relevancia esto le daría un valor añadido para los oyentes.

7. Discusión

El presente apartado conecta los resultados obtenidos a partir de la construcción de un marco metodológico con los conceptos del marco teórico. Para ello, se procederá a explicar los hallazgos principales según los objetivos planteados.

Objetivo general: Analizar la programación de Radio Universitaria 98.5fm y la aceptación que tienen en la ciudadanía lojana.

La radio ha tenido un constante desarrollo y ha evolucionado hasta el punto de ser digital, por lo que no ha dejado de ser uno de los medios de comunicación con mayor audiencia, Para Martínez et al. (2020), la radio universitaria tiene un rol importante en la cohesión de la comunidad académica y la producción de conocimiento, sin embargo, a pesar de haber trascendido alrededor de cien años desde su creación, su consolidación aún está en marcha.

Asimismo, en la entrevista realiza a Renan Álava, se estableció que la radio seguirá manteniendo su espacio y la radio universitaria no está lejos de la radio de emisiones convencionales o de la radio tradicional, o más conocida como radio comercial.

Además, la radio universitaria sigue cumpliendo un papel fundamental dentro de la comunidad universitaria, puesto que sirve para mantener informado a sus estudiantes, docentes y la ciudadanía en general y la aceptación de la programación dependerá de la ciudadanía lojana.

Con referencia al **primer objetivo específico** que es: Identificar los programas, con los que cuenta radio universitaria 98.5 FM, sus características para determinar cuáles son las necesidades radiales que tienen la ciudadanía lojana. Se llevó a cabo a través de una ficha de observación para identificar los programas con lo que cuenta radio universitaria por lo cual se determinó, el tipo de programación, el tiempo de los programas y el contenido que es transmitido por la radio universitaria.

Añadido a ello, en los programas participan las carreras de Administración, Medicina Veterinaria, Pública, Turismo, Economía, Comunicación y Psicología, asimismo tienen presencia la Unidad de Educación a Distancia y en Línea, el Instituto de idiomas y la Facultad de Energía, las Industrias y los Recursos Naturales no Renovables. Por lo que, la radio universitaria cumple con la representación de distintas voces y

opiniones de las que Martell (2017) y la Teoría de la Comunicación Participativa enfatizaron.

Asimismo, existen programas informativos, como UNL Noticias y Pin Pon, educativo como A Bordo, Enfoque Veterinario, IDI Café, La Suite de la Academia, Públicamente, Vista Económica y Sintoniza tu Mente, y cultural, como Romance Ecuatoriano, Sin Límites, Tu Próximo Destino y Lunes Verde. Consecuentemente, los oyentes pueden encontrar gratificaciones cognitivas de entretenimiento, lo que a su implica que los contenidos de la Radio UNL tienen utilidad social, tal como Martell (2018) estableció.

Con relación al **segundo objetivo específico** el cual plantea: Conocer la aceptación de la programación de radio universitaria por parte de la ciudadanía lojana. Se cumplió mediante la aplicación de encuestas para conocer las preferencias del público, así también se pudo determinar el tiempo adecuado para un programa. En el caso de UNL radio 98.5 FM, se destaca la innovación y la habilidad para adaptarse a las nuevas preferencias de la audiencia. A través de los desafíos constantes, la radio busca involucrar nuevas ideas y metodología innovadora, sin perder de vista los principios académicos fundamentales.

De este modo, Citelli y Vera, (2015) señalaron que las radios universitarias llegan a carecer de una parrilla de programación que contenga una variedad de programas, que durante sus emisiones cautive y capture la atención de los estudiantes, docentes y público en general. Haciendo referencia a esto, la Universidad Nacional de Loja cuenta con diversas áreas de estudio que podrían ser aprovechadas para mejorar la programación de la radio. Esto involucraría la creación de programas variados en colaboración con diferentes facultades y carreras, orientadas a las preferencias del público. Este enfoque permitiría captar el interés de los oyentes y potenciar la audiencia de la radio, al mismo tiempo que se incrementan contenidos educativos.

En el estudio realizado se encontró que la audiencia que sintoniza UNL radio muestra una buena aceptación de su programación. Los resultados sugieren la posibilidad de incorporar programas basados en el interés de los oyentes, como revela la encuesta, que son de entretenimiento (59,5%), programas musicales (67,6%) y podcast (51,8%).

Por otro lado, al **tercer objetivo específico** es: Establecer lineamientos que ayuden a mejorar la programación de radio universitaria 98.5FM, acorde a los hallazgos

del estudio. Para su cumplimiento se realizaron entrevistas a expertos en radio, los mismos manifiestan, que se debe proponer contenidos y narrativas que aporten a la programación, sin dejar de sentir qué es lo que necesitan las audiencias. Asimismo, se debería realizar un proceso de acercamiento a la gente para estudiarla, conocerla, comprender y aplicar encuestas y/o entrevistas; y así determinar las necesidades que tienen y por dónde va su cotidianidad.

Añadido a ello, Mullo-Yaguana et al. (2017), concluyeron que las radios universitarias deben trabajar para que todo el colectivo académico se involucre en la creación de productos comunicacionales que permitan divulgar la ciencia y cultura, ya que es necesario seguir fomentando el buen accionar de contenidos educativos.

Para poder implementar una programación atractiva o que cautive la atención del público sin salirse de los parámetros establecidos para la radio universitaria, se debe tomar en cuenta y conocer las necesidades locales, creando contenidos específicos y útiles para la comunidad. La interacción constante con el público y la investigación de sus necesidades son esenciales para desarrollar programas relevantes. Este enfoque garantiza que la radio universitaria no solo informe y eduque, sino que también mejore la vida diaria de sus oyentes, la radio universitaria debe centrarse en dos aspectos clave: la difusión del conocimiento académico y la conexión con la comunidad local para mantenerlos enganchados a su frecuencia.

8. Conclusiones

- La radio universitaria de la UNL tiene utilidad social por dos razones principales: la primera es que los programas son educativos, culturales y de entretenimiento. En segundo lugar, asegura el acceso a la información y participación de los estudiantes y docentes en la producción y difusión radiofónica, por lo cual es un espacio de aprendizaje y representación de diversos puntos de vista. De este modo, este medio prioriza la democratización de la información, cumpliendo con su servicio público a la comunidad universitaria
- Radio UNL 98.5 FM tiene un gran alcance, sobre todo en personas entre 21 y 25 años, y sus oyentes la sintonizan ocasionalmente. Considerando que la mayoría de los encuestados prefieren escuchar canciones en la radio, que el medio de comunicación del presente estudio dedique varias horas a programas musicales indica ser la razón por la cual sus escuchas se sienten atraídos.
- La radio universitaria tiene un escenario de desafíos y oportunidades de mejora. Como lo afirmaron los expertos, en primer lugar, se deben repensar los contenidos educativos y culturales, pero desde formas dinámicas y envolventes. Así, se pueden aplicar géneros y formatos más populares con narrativas multimedia. Por otro lado, se puede aprovechar de la inteligencia artificial para la creación de guiones, automatización de publicas o estudios de audiencias.

9. Recomendaciones

- Para aprovechar la colaboración entre docentes y estudiantes de distintas carreras es recomendable impartir capacitaciones en la producción radiofónica para mejorar la calidad del medio. Asimismo, se deben fomentar los programas radiales provenientes de la Carrera de Comunicación, tomando en cuenta que este tipo de procesos son parte de su preparación académica, por lo que es una oportunidad para su vinculación con la comunidad,
- Para fidelizar y aumentar los oyentes se sugiere agrandar los espacios en que estos puedan interactuar con la radio. Pero para incentivar esto es necesario aprovechar de la transmedialidad que ofrecen las redes sociales y otras plataformas. Por ejemplo, para convocar a concursos, permitirle a la audiencia pedir canciones o promover discusiones entre los escuchas.
- La radio universitaria tiene la posibilidad de ir más allá de los recursos sonoros y aprovechar de imágenes, videos y textos, estas narrativas son posibles gracias a la *web* y crean vínculos más fuertes con las audiencias. Asimismo, es recomendable reinventarse con nuevos formatos como el *podcast*, ya que es una tendencia que va en aumento.

10. Bibliografía

- Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL). (2009). Ley de Radio Fusión y Televisión.
- Andrade Martínez, C., Castillo Yépez, C., y Suing, A. (2020). Las radios universitarias en Latinoamérica: Caso Ecuador. *Chakiñan: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, N°. 12, págs. 66-80. Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador y Universidad Técnica Particular de Loja. ISSN-e 2550-6722. <https://doi.org/10.37135/chk.002.12.04>
- Andrade-Martínez, C. (2022). La radio universitaria en Ecuador: propuesta educ comunicativa y de aprendizaje-servicio (Tesis doctoral). Universidad de Huelva, España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=310831>
- Andrade-Martínez, C., Castillo-Yépez, C., y Suing Ruiz, A. (2020). Las Radios Universitarias En Latinoamérica: Caso Ecuador. *Chakiñan, Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades*.
- Ardèvol-Abreu, A. et al. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en comunicación: Tendencias en España (2014-2019). *Profesional de la Información*, 29(4), e290414. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>
- Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). (2023) Radios Comunitarias. *AMARC*. <https://bit.ly/40aHF92>
- Balsebre-Torroja, A., Ortiz-Sobrino, M.-Á., y Soengas-Pérez, X. (2023). Radio Crossmedia Y Radio híbrida: La Nueva Forma De Informarse Y Entretenerse En El Escenario Digital. *Revista Latina De Comunicación Social*, (81), 17-39. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1848>.
- Barquero Cornelio, F. J. (2022). La Radio Como Elemento Integrador En El Desarrollo Social. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5), 4723-4735. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3433
- Barrios Rubio, A., (2014). La radio universitaria, ¿una mezcla de experiencia, juventud y tecnología? *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (126), 66-7
- Barrios-Rubio, A. (2014). La radio universitaria: ¿una mezcla de experiencia, juventud y tecnología?

- Cadena, P. et al. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(7), 1603-1617. <https://bit.ly/40d4N70>
- Castillo, Y. et al. (2021). La teoría de la agenda setting: Crítica epistemológica y profundización cualitativa a partir de un estudio antropológico. *Revista de Comunicación*, [número]. <https://doi.org/10.4067/S0718-48672021000100231>
- Castro, W. (2023). La plataforma digital Whatsapp y la interacción con la audiencia en las radios públicas FM de la ciudad de Ambato. Trabajo de titulación, Universidad Técnica de Ambato.
- Cholango, P. (2021). La radio comunitaria en el Ecuador. In E. A. Grijalva Brito (Ed.), *Radio comunitaria en pandemia: aprendizajes y experiencias* (pp. 59-78). Quito: Editorial Abya-Yala. <https://doi.org/10.7476/9789978106808.0005>
- Combata, M. (2021). La comunicación participativa. Alula. <https://bit.ly/3BNgDKO>
- Covarrubias, G. C. Y. (2012). *La observación, un método para el estudio de la realidad*. Dialnet. <https://bit.ly/3YuYtq7>
- Crusellas, L. (2017). Características y funciones de la radio. *BlogCPAonline*. <https://bit.ly/3Wv0LFf>
- Cuesta, O.J. (2016). Investigaciones radiofónicas: de la radio a la radio indígena. Una revisión en Colombia y Latinoamérica. *Ánfora*, 19, 165-183.
- Dávila, E. y Portugal, R. (2019). Competencia mediática e infoviolencia: Acceso, uso y comprensión crítica de niñas y mujeres jóvenes frente a mensajes violentos en televisión y smartphones. En: I. Aguaded, A, Vizcaino-Verdú, Y. Sandoval-Romero (Comp.). *Competencia mediática y digital. Del acceso al empoderamiento* (pp.173-178)
- Dirección de Planificación y Desarrollo-UNL (2023) informe narrativo de rendición de cuentas de unl radio - 2022. Universidad Nacional de Loja. <https://bit.ly/3Qw01M3>
- Etecé. (2019). *Historia de la Radio: resumen, evolución y características*. Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/historia-de-la-radio/>

- Flasco Radio (17 de septiembre de 2021) *La Radio en Ecuador, camino a los 100 años* [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://bit.ly/3Yw51oG>
- Folgueiras, P. (2016). *La entrevista*. Diposit.Digital . <http://hdl.handle.net/2445/99003>
- Gago, G. (2014, agosto 30). 72 – *¿Cómo funciona la radio digital?* – Radios Libres. Radios Libres. <https://bit.ly/3Ysc3dY>
- Gómez, R. (2017). *La radio universitaria: identidad y programación caso Emisora Javeriana Estéreo Cali 107.5 FM*. (trabajo de grado - maestría). Universidad Autónoma de Occidente. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10614/9675>.
- Grasso, L. (2006). *Encuestas elementos para su diseño y análisis*. Google Libros. <https://bit.ly/3UQrMBM>
- Guitierrez, R. (2019, Junio 11). *Radio digital y radio tradicional en América Latina*. Grupo Acir. <https://bit.ly/3YgL1VF>
- Hernández-Sampieri, R., et al. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. Edificio Punta Santa Fe, Prolongación Paseo de la Reforma 1015, Torre A, Piso 17, Colonia Desarrollo Santa Fe, Delegación Álvaro Obregón, C.P. 01376, México D.F.
- Hugo-Garcés Víctor. (2021) *Estudios sociales de la radio: entre la instrumentalización, las mediaciones comunicativas de la cultura y la participación política*. Encuentros, vol. 19-01, 157-170 de enero-junio. Universidad Autónoma del Caribe. Doi: 10.15665/encuen.v19i01.2526
- Izquierdo-Castillo, J. (2016). *Teoría de programación de radio y televisión*. Publicacions de la Universitat Jaume I. <https://bit.ly/3BQaE85>
- Lopesoza, C. (2020). *Entrevistas semiestructuradas* . repositori.upf.edu. <https://bit.ly/3Wzcd2u>
- Lopez, D. C., Freire, M., y Martín Pena, D. (2023). *Dimensiones de la audiencia en la radio universitaria*. Transinformação, 35. Recuperado de <https://periodicos.puc-campinas.edu.br/transinfo/article/view/6816>
- Lopez, J. (2021) *Curso virtual de programación radiofónica*. Editorial Radios Libres. <https://bit.ly/3WSOjiX>

- Martell, L. (2006). ¿Qué significa la participación ciudadana en la radio hoy en día? *Espacios Públicos*, 9(18), 241-249. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Martell, L. (2007). El servicio público de radio en tiempos del neoliberalismo. En XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Guadalajara.
- Martell, L. (2007). La legislación del servicio público de radiodifusión en México: un letargo pendiente. *Espacios Públicos*, 10(20), 400-414. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Martell, L. (2017). Hacia la construcción del servicio público de radio en México en tiempos del neoliberalismo. El caso de Radio Educación. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Martell, L. (2018). Políticas neoliberales y radiodifusión estatal en México. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Martell, L. (2019). Nuevos trazos metodológicos para comprender la noción del servicio público de radio. *Global Media Journal México*, 16(31), 125-158. Tecnológico de Monterrey.
- Martell, L. (2020). Del debate internacional al concepto de servicio público de radiodifusión. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Martell, L. (2021). *El imaginario de lo público en la radio*. Universidad Veracruzana. <https://doi.org/10.25009/uv.2663.1614>
- Martín Pena, D., y Giorgi, M. (2019). La radio universitaria como alternativa de formación y comunicación. Documentos de trabajo (Fundación Carolina): Segunda época, N°. 18, ISSN-e 1885-9119. Universidad de Extremadura y Radio Internacional Universitaria (RIU, Red de Redes). <https://bit.ly/3NxISRG>
- Martínez Matías, G. (2019). La radio comunitaria indígena: alternativa para la descolonización, la interculturalidad y la construcción del bien común a través del sonido emanado del territorio. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 140, 31-46. [https://doi.org/\[DOI\]](https://doi.org/[DOI])

- Martínez-Costa, M. y Prata, N. (2018). La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 40(3), 109-128. DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-5844201737>
- Martín-Pena, D y López, D. C. (2023). Innovación, plataformización y formación: un reto para la radio universitaria en España. *Revista de Comunicación*, 23(1). <https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-3088>
- Mateus, J. et al. (2023). Aplicaciones de la teoría de usos y gratificaciones en la investigación en comunicación: una revisión sistematizada. *Observatorio (OBS) Journal**, 17(3), 149-170. <https://bit.ly/3NzxpzG>
- Morales, A. (2020). Comunicación participativa para el desarrollo e intraemprendimiento en una institución tecnológica pública. *Revista STX*. <https://doi.org/10.36105/stx.2020n4.08>
- Morales, S. (2020). Audiences and Community Media Studies: Notes for a Necessary Reencounter. *Anagramas Rumbos Y Sentidos De La Comunicación*, 18(36), 57-76. <https://doi.org/10.22395/angr.v18n36a4>
- Mullo López, A. H., Yaguana Romero, H. A., y Alvarez Garzón, L. C. (2017). Contenido y estructura de la radio universitaria de Ecuador en el contexto analógico y digital. *Razón y palabra*, N°. 98. Universidad Técnica de Cotopaxi y Universidad Técnica Particular de Loja. ISSN-e 1605-4806. <https://bit.ly/3YgFgam>
- Ortiz Robles, M. del C. (2018). Proyecto de Investigación. Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social. Universidad Técnica de Cotopaxi, Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Carrera de Comunicación Social, Latacunga, Ecuador
- Pou, L. (2023). Radios universitarias actuales: aportes para comprender sus usos desde la perspectiva docente. *Revista de Comunicación*,
- Prata, N., y Martins, H.C. (2017). Brand radio: La segmentación personalizada como modelo de negocio.
- Prieto, E. (2023). ¿Qué son las audiencias en la comunicación? *SNHU*. <https://bit.ly/3Nv8ldp>

- Radio America Latina. (2023). Radios en Loja, Ecuador. *Radio America Latina*. <https://bit.ly/3Ny0ED2>
- Radios Libres. (2020). *Mapa de radios de América Latina – Radios Libres*. Radios Libres. <https://bit.ly/4eRp72d>
- Redrovan, G. (2019). *La influencia de los programas radiales musicales locales en la promoción de los músicos afiliados a la "Asociación de Artistas Profesionales de Loja" (ASAPLO), Ecuador, durante el año 2017. Propuesta alternativa*. Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador. <https://bit.ly/3UfzV1W>
- Rodriguez, B. (2020, February 4). *La importancia de la radio en los países en desarrollo*. Ayuda en Acción. <https://bit.ly/4ePNU6S>
- Rodríguez, D. (2015). ¿Qué significa hacer radio universitaria? Las nociones de educación y cultura en UN Radio Bogotá, emisora de la Universidad Nacional de Colombia. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas, Instituto de Estudios en Comunicación. Bogotá, Colombia. <https://bit.ly/3UfP2bK>
- Sánchez-Hernández, J.A., y Escudero, M.C. (2019). La rentabilidad social en las radios públicas locales. Comparativa de aplicabilidad del indicador IRSCOM en Andalucía y la región de Murcia. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*.
- Shi, Z. (2020). Himalaya FM en China: La radio a la carta. *The UNESCO Courier*, 12-13.
- Sturley, K. Reginald (13 de noviembre de 2023). tecnología radiofónica . Enciclopedia Británica . <https://bit.ly/4eMI72Y>
- Tenorio , I. (2012). *La Nueva Radio*. Google Books. <https://bit.ly/49jLk6m>
- UNL (2023) Parrilla de Programación. UNL. <https://bit.ly/3A6xCr1>
- Valbuena, F. (2001). Teoría sobre usos y gratificaciones. Cátedra de Ciencias de la Información, Universidad Complutense.

Ventín, J. y Barrios-Rubio, A. (2024). La dirección de la radio universitaria: un reto de convergencia académica y profesional. *Revista de Comunicación*.
<https://bit.ly/4f5zDDn>

11. Anexos

Anexo 1. Encuesta

"Encuesta sobre el análisis de la programación de Radio Universitaria (UNL radio) 98.5 FM, y su aceptación en la ciudadanía lojana".

Dichos resultados permitirán el desarrollo del trabajo de integración curricular (TIC). La presente encuesta tiene como objetivo recabar información a la ciudadanía lojana sobre las necesidades radiales los resultados serán usados a favor de una investigación académica. Tu opinión es crucial para entender las necesidades de la comunidad lojana y mejorar la programación de nuestra radio. Agradecemos sinceramente tu participación. Las respuestas son anónimas y confidenciales

1 Edad

- Entre 16 y 20
- Entre 21 y 25
- Entre 26 y 30
- Entre 31 y 35
- Entre 36 y 40
- Entre 41 y 45
- Entre 46 y 50
- Entre 51 y 55
- Mayor a 55

2 Sexo

- Masculino
- Femenino
- Otro

3 profesión u ocupación (pregunta abierta)

4 ¿Usted ha escuchado la radio universitaria 98.5 FM?

- Si
- No

5 ¿Con qué frecuencia escuchas la radio en Loja?

- Ocasionalmente
- Diariamente
- Varias veces a la semana

6 ¿Cuáles son los temas que más te interesan al escuchar la radio?

- Noticias locales
- Deportes
- Cultura y arte
- Salud

- Educación
- Música

7 ¿Crees que la radio actual aborda de manera efectiva los temas que interesan a la comunidad lojana?

- Sí
- No
- No estoy seguro

8 ¿Qué tipo de contenidos prefieres en un programa radial?

- Entrevistas en vivo
- Noticias y actualidad
- Música
- Comentarios y análisis
- Secciones educativas

9 ¿Cuál es el tiempo que tu prefieres para un programa radial?

- 30 minutos
- 45 minutos
- 60 minutos

10 ¿Qué nuevas secciones o programas te gustaría escuchar en la radio Universitaria 98.5 Fm?

- Entretenimiento
- Deportes
- Actualidad y tecnología
- Inteligencia artificial
- Podcast

Anexo 2. Entrevista encargados de UNL radio

Entrevista 1: Paulina Jara



1. ¿Podría proporcionar una descripción general de los programas que actualmente se transmiten en Radio Universitaria 98.5 FM, y las temáticas principales que abordan?

En este último tiempo han existido algunos cambios físicos en este medio de comunicación de locación en especial, entonces de alguna manera hemos estado un poco limitados en lo que tiene que ver con la programación porque subimos este espacio físico que usted ve actualmente hermoso y todo la radio está muy bien puesta ahorita en este momento, pero por este cambio pues hemos tenido que restringir algunos programas mismos que ya se están retomando actualmente en nuestro medio de comunicación existe el programa de sintoniza tu mente que es de la carrera de Psicología Clínica de la facultad de la salud humana, este aparte de esto existe el programa de vista económica que es de la carrera de Economía este programa ya tiene algún tiempo en nuestro medio de sintoniza tu mente tiene desde el año 2020 nació en la pandemia, he visto económica, tiene desde el año 2016 o 2017 de ahí viene otro espacio radial que es derecho para no abogados, que se va a volver a retomar en este en estos días no, pero que estuvo en su momento igual es de la carrera de Derecho estuvo en su momento muy muy bien posicionado, no, por estos cambios se nos quedó nuevamente, pero bueno, se está retomando este espacio otro de los programas que está funcionando actualmente es el programa de a tenemos un nuevo espacio llamado a bordo que es de la Unidad de Educación a Distancia de aquí de la Universidad Nacional de Loja es un programa que lo llevan docentes de esta importante

unidad académica muy muy muy bonito este programa sale los días miércoles a las 10 de la mañana tenemos el idi café, que sale los martes a las 10 am nació hace más de un año del instituto de idiomas conduce Vicente Elizalde un excelente programa, ellos promocionan las lenguas, todos los idiomas, y nos hablan en todos los idiomas francés ruso castellano en fin es un espacio muy bonito que mantiene nuestro medio de comunicación otro a ver otro de los programas es la suite de la Academia y este es un programa que nació en este año es desde la facultad de la energía las industrias y recursos naturales no renovables que lo conduce Aníbal Aguilar todos son compañeros nuestros no es un espacio de opinión que trata temas de la actualidad otro a ver otro programa que tenemos aquí es los días los jueves enfoque veterinario que ya tiene bastante tiempo acá este programa es de la carrera de Medicina Veterinaria zootecnia ya ese es otro espacio que tiene bastante tiempo, tenemos espacios también de romance ecuatoriano con la música nacional, pero no solo no solo es poner la música se tiene una información muy certera muy cultural de todos los temas que de todos los temas musicales que presenta este programa es un programa de música nacional con información de autores de compositores entrevistas de arte de cultura de ciencia, este es romance ecuatoriano, este es otro espacio radial, otro espacio de sintoniza, perdón de sin límites es un espacio que es de afuera netamente sin embargo, es lo hacen personas que tienen diferentes capacidades este personal de cinco discapacidad visual es un programa que ya lleva algún tiempo aquí y es una red de algunos de algunos medios de comunicación aquí y a nivel internacional es un buen espacio para hablar sobre la discapacidad de los avances en esta rama.

Otro espacio que también tenemos y muy importantes es lunes verde en red, es igual una cadena radial que la conforman la Universidad Nacional de Loja con otros medios de comunicación, esto salen los lunes a las 12 horas con 15 minutos tenemos el programa de públicamente que es un programa que actualmente está en martes y miércoles a las 12 del día lo maneja la carrera de Administración Pública de la Universidad Nacional de este lunes, hoy inauguramos otro espacio radial titulado tu próximo destino que es de la carrera de Turismo este es un espacio que ya estaba antes en la radio, le estoy hablando por el año 2008, 2010 que este espacio había y que nuevamente se retomó de la carrera de turismo un espacio muy bonito por cierto a ver y el día lunes tenemos un espacio ya nuevamente sale un espacio de la facultad de la salud humana son diferentes espacios diferentes este bueno las redes netamente educativa, no competimos con la parte de los

medios privados, nosotros nos vamos más a la educación queremos combinar la educación, esto no quiere decir que nos vamos a hacer demasiadas series, no nuestro público serían los jóvenes a los que queremos llegar y últimamente creo que no me olvido ninguno, pero en todo caso la parrilla está ahí en si usted ingresa a la página web de la institución en la parte de o en el radio hasta la parrilla, la rendición de cuentas también ustedes pueden ingresar y ahí están todos los programas es más algunos ya se han quedado. Teníamos un programa bastante de la pandemia de deportes esperamos nuevamente retomarlos y hacíamos transmisiones deportivas de ahí, nacieron algunos chicos, que están ya en medios nacionales a quienes los veo en otros medios a quienes ya tienen su espacio y para nosotros es una satisfacción que estudiantes de la carrera de comunicación que se iniciaron aquí tengan pues allá ese reconocimiento y a nivel. Son muchos de los chicos que han salido que han nacido aquí en este medio de comunicación que se han dado a conocer porque ciertamente ha sido una vitrina para que los demás puedan ver la capacidad de ciertos chicos, que bueno, que es increíble lo que ellos hacen.

2. ¿Existen programas que estén especialmente diseñados para abordar las necesidades específicas de la ciudadanía lojana?

Tenemos un espacio de noticias que es a las 8 de la mañana donde efectivamente abordamos ya toda la parte lo que esté me decía de la comunidad sin embargo, si nos ponemos a revisar en estos espacios, que yo había hablado de sintoniza tu mente, en el espacio del sur de la academia ya topamos temas trascendentales como la crisis energética que en su momento hubo, como la crisis carcelaria, que también son un momento se vivió, entonces si tapamos temas, pero si queremos abordar tal vez toda la parte de la ciudadanía, estamos con un espacio de noticias que es a las 8 de la mañana.

3. ¿Cómo ha percibido la participación de la audiencia en los programas de la radio?

Hemos hecho recién una encuesta para ver el rating de nuestro medio de comunicación, ciertamente hemos tenido algunas bajas por lo que nos hemos cambiado el lugar y de alguna manera hay que estar permanente en el aire, pero el hecho de tener gente ahí hablando el hecho de estar en vivo, eso marca la diferencia porque si a veces podemos programar la radio la hacen las personas, no solo la música, no solo la producción, sino las personas.

4. Desde su perspectiva, ¿cómo se deberían abordar las temáticas relevantes para la comunidad lojana en las programaciones actuales?

A través de nuestro medio de comunicación como le había dicho tenemos espacios de noticia, tenemos programas especializados que van a temáticas a nivel de la ciudad a nivel de la provincia a nivel del Ecuador cómo a través de las personas que laboran en este medio mismo de comunicación y están a través de espacios radiales, ya le digo, ya sea noticias, entrevistas, podcast también.

5. Nos puede dar una recomendación para los estudiantes que están interesados en la radio y crear algún programa que les le recomienda a ellos.

Bueno, ciertamente iniciar un programa es muy sencillo mantenerlo, es complicado. Entonces a veces vienen con la emoción de que sí voy a hacer un programa de esto, pero ya la tercera semana se me cansa. Entonces no, si asumimos un compromiso es un compromiso, no solo con este medio de comunicación, sino con el oyente con la ciudadanía con aquellas personas que están al otro lado del dial y que nos están escuchando entonces tomar sin ser el programa ser uno mismo no hay para qué importar voces ser uno mismo.

Hay que pensar que la radio es esa compañía para las personas una compañía que está diaria una compañía que no es necesario que la persona que lo escuche deje de hacer sus actividades para escucharla la radio tiene ese poder tan especial que usted puede seguir haciendo las cosas y la puede escuchar tranquilamente entonces ser responsable con lo que uno dice también. Eso es muy fundamental. Ahora estamos en una era de que todo está permitido, pero creo que en un medio de comunicación como es nuestro medio no podemos hablar tan a la ligera, tenemos que tener algo que decirle a la ciudadanía tener, o sea, hay programas de radio o hay muchos, pero buenos hay programas noticiarios muchos, pero bueno, vamos contando entonces no solo gastarnos con abrir un espacio, sino ser buenos en lo que estamos haciendo y eso marca, indudablemente a la diferencia sea uno mismo no hay para que estar bueno pueden servirnos de referencia, pero tenemos que buscar nuestro propio estilo y eso sí es diferente.

Entrevista 2. Jonny Toledo

1. ¿Cómo se puede diferenciar una radio universitaria de una radio local?

Las radios más bonitas que existen en las ciudades son las radios públicas, porque la radio pública por las mismas restricciones que da la ley no puede pautar publicidad, en ocasiones cuando se tienen que cumplir con compromisos publicitarios la línea del medio de comunicación debe estar orientada hacerlo atractivo para todos los públicos para que más personas pauten en ese espacio es por eso que a veces nos encontramos con contenidos muy monótonos en un medio de comunicación y todo el día pasarás con reggaetón por ejemplo si es que quieres apuntarle a ese público y todo día hay personas hablando vulgaridades a veces haciendo chistes todo el tiempo, porque de pronto eso vende. Y como eso vende este vas a darle al público siempre lo mismo y yo sí creo que es necesario que los medios de comunicación o que el público cuente con espacios para la reflexión con espacios para el análisis con los espacios para la investigación. Entonces, cuál es la principal diferencia, nosotros no pauta como no pauta tenemos la oportunidad de hacer productos con gran contenido, pero que no están apuntados a que se conviertan que se escuchen, por ejemplo a las 3 de la tarde en el bus de que va a Ciudad Victoria y no le gustan los programas que se dan acá, sino por el hecho de que no es divertido poner un programa de entrevistas en bus, pero sí le podemos dar a la gente la posibilidad de que se hable de eso aquí en este espacio es decir, la principal diferencia es que nos permite dar contenidos con alto valor agregado que no necesariamente satisfagan este los gustos más populares.

2. ¿Podría proporcionar una descripción general de los programas que actualmente se transmiten en Radio Universitaria 98.5 FM, y las temáticas principales que abordan?

UNL radio se convierte en el medio de comunicación vocero de la Universidad Nacional de Loja, vocero de las facultades, vocero de las carreras, tenemos programas que lo que están transmitiendo constantemente las actividades que se desarrollan en las carreras, los conocimientos que los jóvenes están aprendiendo en las carreras algunos son dirigidos por alumnos, otros son dirigidos por docentes y básicamente nuestro contenido es académico de entrevistas, música, pero quizás nuestros productos más estrella digamos así son los programas de entrevistas los conversatorios que tenemos.

3. ¿Cuáles serían los principales desafíos que enfrenta o en el radio y como los aborda?

Bueno, el desafío es el involucrar a toda la comunidad universitaria lo que tenemos carreras y facultades que de pronto son están más entusiasmados con la idea de tener un producto aquí y ese es primero el desafío que todos estén entusiasmados, segundo desafío ,yo diría más bien que este sería el primero el primer desafío sería el que también se convierte en la voz de los chicos en los jóvenes de los estudiantes la idea es de que los estudiantes tengan su espacio acá tenemos algunos productos que algunos programas que son dirigidos por estudiantes pero que nacen de la carrera de que nacen de iniciativa de los docentes y lo que queremos son programas que nazcan de los jóvenes de los estudiantes ese creo yo el principal desafío que se convierta también en la voz de los estudiantes de la UNL.

4. ¿Existen programas que estén especialmente diseñados para abordar las necesidades específicas de la ciudadanía lojana?

O sea, de fuera de la ciudad a pesar que ya me he explicado que más la radio universitaria se basa en lo que es en la academia., no contamos con esa programación.

5. ¿Cómo ha percibido la participación de la audiencia en los programas de la radio?

Bueno, este lo primero que tenemos que hacer la primera parte hemos dividido este proyecto en varias fases, la primera fase es poder presentar primero los contenidos porque no le podemos presentar a la ciudadanía, una radio que no tiene contenidos. Entonces estamos en este momento terminando esa primera fase de generar contenidos y estamos empezando a dar los a conocer, cómo yo siempre he creído que hay que aprovecharla. Tenemos las redes digitales, se aprovechan las redes sociales, se aprovechan los medios digitales, pero también hay que aprovechar el boca a boca que ha sido siempre la forma este más efectiva de comunicar los productos que desarrolla, por ejemplo, la carrera de turismo es compartidos por ellos a sus alumnos ya como un contenido incluso hasta académico deben ser consumidos eso nos permite que se escuche que podamos llegar un poco más. Estamos presentes también en la red de radios universitarias del país estamos asociando que ya somos parte de esta red con el fin de que podamos llegar más lejos,

llevamos nuestra señal a internet para que pueda llegar más allá de las fronteras de donde funcionamos porque funcionamos con una FM pero una FM tiene este un público mucho más limitado que en internet y lo siguiente es que estamos los productos nuestros programas sobre todo las entrevistas ya los estamos transmitiendo por Facebook live, están siendo subidos directamente a las redes y pronto estaremos también en plataformas de Streaming, Spotify, Ivox , SoundCloud.

De allí tenemos un indicador que son los que hemos escuchado lo que vemos en redes sociales, el movimiento que hay, la cantidad de personas que están compartiendo los programas cada vez que los publicamos, hay gente que se apuesta en contacto a través del chat interno y eso también nos ayuda a medir el impacto de la audiencia.

6. Nos puede dar una recomendación para los estudiantes que están interesados en la radio y crear algún programa que les le recomienda a ellos.

Una cosa que pasó con la pandemia y la pandemia terminó y permitió que se popularice los podcast nos demostraron que no es indispensable que un locutor tenga la voz tan gruesa para poner sembrar en frente del público, sino que simplemente tenga algo importante que decir la primera recomendación es que si quieres un programa de radio que primero debe saber que vas a compartir algo que la gente le interese, pero que sea algo bueno que decir algo importante que decir que no te preocupes, si tienes buena o mala voz que si no, no te preocupes, si es que tartamudeas titubeas o no, que esas cosas se van perdiendo con el tiempo el miedo se va perdiendo con el tiempo lo que importa es que siempre tengas algo importante que decir y te prepares para eso y de ahí, pues este nada más sino dar el primer paso.

Anexo 3. Entrevistas a expertos en radio

Entrevistado 1. Santiago Estrella



1. ¿Qué opinión tiene usted sobre la radio universitaria en general?

Yo veo al menos dos elementos ahí que son importantes para la radio universitaria que es, uno el ejercicio de comunicación sobre todo para los estudiantes que están en general. Bueno, no solo los estudiantes de comunicación o escritos de las carreras de comunicación son los que tienen posibilidades de hacer prácticas o de hacer sus primeros encuentros con el tema de radio a través de estos espacios, sino en general el estudiantes de otras carreras a veces también se acercan estos espacios, entonces como ese primer acercamiento ese entorno al mundo de la comunicación y de la radio creo que cumple una función bastante interesante para la formación para la capacitación de los de los futuros profesionales, pero también, tiene una importancia de poder generar esa cuestión de innovación y de cubrir esos otros espacios que a veces la radio comercial incluso la radios públicas no lo pueden hacer, no se permiten hacer, o no lo quieren hacer por tener los temas comerciales por tener los temas de sostenimiento de sostenibilidad de ratings de seguidores, etcétera muchas veces les cuesta innovar. Entonces se van por los procesos más tradicionales por lo que está aprobado lo que funciona y los esquemas se vuelvan repetitivos la radio universitaria te permite eso te permite hagamos otras cosas que la radio normal no está haciendo. Hagamos cosas que más locas más innovadoras más

novedosas y esa posibilidad de experimentación es riquísima es muy importante. y para finalizar esta primera idea, por ejemplo, aporta con temas que la radio tradicional digamos la radio comercial no logra hacerlo, por ejemplo en los tiempos de pandemia cuando tuvimos los primeros meses complejos de la pandemia la radio universitaria en buena medida aportó con contenidos que se difundieron radios comerciales en radios que comunitarias, en radios públicas sobre cómo tratar todos estos temas de la pandemia temas de salud mental, temas con los hijos, con los niños etc., temas de educación etcétera, también están aportando, por ejemplo para temas de interculturalidad decir temas que la radio tradicional por decir en algún término no se permite entonces creo que esos dos elementos tiene de interesante de importante la radio universitaria.

2. ¿Cómo se diferencia la radio universitaria de otras estaciones de radio comerciales o comunitarias?

Sobre todo por sus fines de sus objetivos, debe haber un objetivo de una radio universitaria está en poder difundir por un lado el conocimiento las investigaciones, lo que está trabajando la academia lo que está trabajando en la universidad, lo que estaba trabajando estudiantes y profesores no ese espacio de discusión de divulgación que no suceda en estos otros espacios de radiofónicos en este caso de radios comerciales, radios comunitarias o radios públicas y entonces ese fin es importantísimo y el otro es de estar más conectado con la colectividad en teoría y ahí viene tal vez una visión un poco crítica a veces las radios universitarias deberían tener esa conexión más cercana con la colectividad, la ciudadanía con lo que pasa en el día a día de la gente con las situaciones locales, las radios universitarias deberían estar abordando esos temas de la ciudad y de la provincia, no de la región en todo caso desde esa mirada particular o local para conectar a la gente, esto es lo que hacen sobre todo en la radio comercial que tiene un sentido más utilitario más de consumo, de usuarios o de consumidores en los públicos con más números para tener audiencias y poder tener retroalimentación económica entonces de ese sentido social es como el gran clave diferenciador que debe tener, pues la radio universitaria.

3. ¿Cómo ve el papel de las radios universitarias en el futuro de la educación y comunicación?

Debería ser debería ser absolutamente experimentales, si estamos ya abocados, estamos inmersos en temas de inteligencias artificiales realidades aumentadas y todos estos fenómenos donde las tecnologías están permanentemente retando nos permanentemente, molde nuestros comportamientos nuestras formas de relacionarnos que tiene que ver con la comunicación fundamentalmente la radio universitaria y en general los medios universitarios tienen que estar ahí para para eso para estar un paso adelante. No, para estar atrás de la cola recién saliendo con lo que ya están experimentando otros sino, tiene que ser esa punta de lanza, la que experimente esos nuevos formatos, la que experimente nuevas narrativas, la que pruebe con otras ideas con otros mecanismos y es el espacio donde podemos equivocarnos donde podemos probar algo y si no funciona pues bueno, vamos a lo siguiente porque no, no hay una que responder al dueño del negocio que lo que único que nos está pidiendo resultados, no lo estamos enfocando en ese sentido, sino que más bien podemos proponerle a la sociedad nuevos esquemas, enfoques de comunicación que las tecnologías nos están votando esto que estamos haciendo ahora, que ya nos parece tan cotidiano tan común conversar desde diferentes parte. Qué puede hacer ahí la radio universitaria un montón de cosas el tema es si es que nos estamos permitiendo experimentar probar innovar con esa con ese contingente creativo, pensando en la ciudadanía pensando en la sociedad, de qué es lo que necesita que le puede aportar a la ciudadanía.

4. En su opinión; ¿Cuáles cree que son los programas que más sintonía tienen en una radio universitaria y por qué?

Va a depender mucho de las localidades, ,desde lo local que necesita cuáles son las necesidades más importantes en ese sentido, cuáles son los nichos más importantes en Loja yo no te podría decir cuáles son porque no estoy allá, pero eso también es aprovechar desde las potencialidades que tienen como universidad es lo que tú decías de Agricultura veterinaria, medicina jurisprudencia cosas que le permitan al ciudadano común saber que la radio de la Universidad Nacional de Loja tiene un programa sobre veterinaria que está buenísimo porque me da día a día cómo poder cuidar a mis mascotas y yo lo escucho siempre si logras conectar con eso, si logras además la interacción con la gente con el público ese es el punto.

Entonces no podría aventurarme a decirte estos son las temáticas porque más bien deberíamos también hacer ese proceso de acercarnos a la gente de estudiarla de conocerla

de comprender de aplicarles encuestas entrevistas para saber qué necesidades tienen por dónde va su cotidianidad. No a la pregunta de es que necesito tener trabajo, necesito más el cuidado esas, ya lo sabemos y esa no va a resolver la radio, pero en el día a día necesito saber cómo resolver trámites en el municipio, y encuentras que es una cuestión reiterativa listo, vamos a las facultades de las carreras que tengan que ver con política con gestión pública, necesitamos armar un programa sobre esto, la gente necesita ver cómo resolver esos trates cotidianos, cómo pagar la patente, como pagar el impuesto necesitamos tips para eso o están necesitando es cómo mejorar las semillas, como mantener a tus mascotas como lidiar con tus jóvenes adolescentes es la comunidad a la que tiene que decirnos eso difícilmente yo te puedo dar un montón de ideas de lo que me interesa a mí, pero no, no estoy ahí, entonces ahí tienen que ir más bien hacer ese trabajo de investigación también.

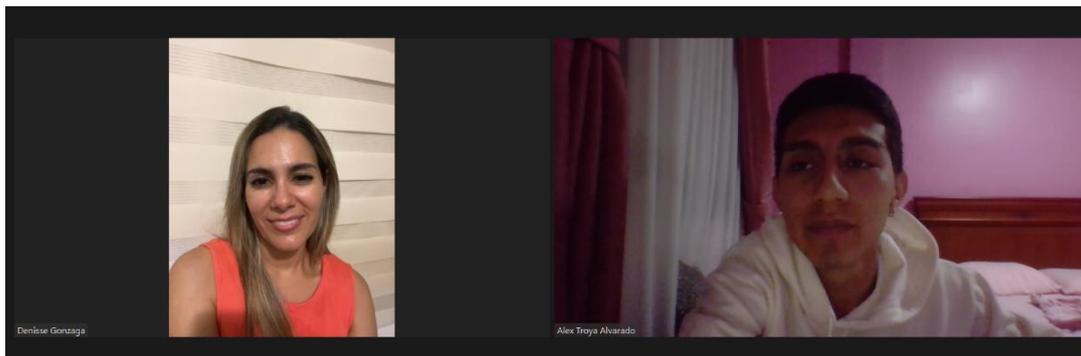
5. Nos podría brindar algunas recomendaciones para incrementar y mantener a la audiencia

Una de las cosas que yo estoy convencido es ser absolutamente auténticos, también el manejo del lenguaje cercano un lenguaje cotidiano un lenguaje donde tú y yo y cualquier persona nos sintonizamos y nos entendamos que dejemos de hablar en términos rimbombantes, académicos, difíciles, teóricos, y cuando el ciudadano común incluidos los estudiantes de las otras carreras de que no estamos nosotros en comunicación no conectan no entienden entonces llega un Luisito comunica y nos habla en común nos hablan ya nos hablan en sencillo y me identifico con eso, entonces por un lado es primero eso es como romper esos paradigmas de la comunicación tradicional y sin banalizar obviamente sin llegar a lo burdo para nada porque va por ahí el asunto pero sí unos lenguajes en general no son el lenguaje oral sino los lenguajes audiovisuales los lenguajes de puesta en escena, etcétera, que permitan conectarle a la gente en cotidiano eso lo uno es como tener esa esa posibilidad y lo otro es sintiendo qué es lo que va requiriendo como se va moviendo la gente que es lo que va percibiendo la gente en el día a día en su cotidianidad es estar conectados con la gente.

La radio interna solo para los estudiantes de la universidad pues eso ir sintiendo por dónde van las dinámicas, con esto ojo no quiero decir, que siempre el público tiene la razón nosotros también tenemos que aportarle desde nuestro conocimiento otras cosas no dice, por ejemplo nuevamente en este ejemplo musical, si es que yo le voy a poner una cumbia, pongámosle la típica cumbia de siempre, pero busquemos también otras

sonoridades sobre la cumbia y propongamos también una cumbia de esas que no se ha escuchado casi nunca de uno de un intérprete o de un autor distinto y vamos dándole otra sonoridades, vamos dándole otras herramientas otros elementos que conozcan más cosas no solo lo típico, ese sentido es eso proponer contenidos, proponer narrativas que también le aporten, pero sin dejar de sentir qué es lo que están necesitando las audiencias.

Entrevistado 2. Denisse Gonzaga



1. ¿Qué opinión tiene sobre la radio universitaria? en general

Desde mi punto de vista y la experiencia que yo he tenido tanto produciendo en una radio como es la radio de la Universidad Católica durante 16 años, la idea es llevar la Universidad la academia acercarla a la comunidad a través del medio que en este caso es la radio, es decir, aportar con todos los contenidos que tiene la academia con todo el conocimiento con todo el contingente con los profesionales y demás información válida información que les sirva a toda la comunidad sean estudiantes docentes sean profesores o sean ciudadanos común que vive quizás lejos o en otra ciudad o en un territorio donde no tiene acceso a la universidad a la información, a qué me refiero con esto que no necesariamente es hacer una especie de educación a distancia a través de la radio no. la radio universitaria creo que debe ser el ejemplo de cómo hacer radio de cuál es la manera correcta de hacer radio como medio de comunicación, que debe cumplir los ejes que son informar, educar, entretener que debe cumplir con una programación pensada en una audiencia y en una comunidad en general pero que a través de todos sus contenidos de todos sus programas sean cual sean, ya sea de entretenimiento ya sea deportivo ya sea noticioso lo que sea siempre den una cuota de aporte académico.

Las personas que escuchen el programa si es de entretenimiento se entretengan pero que aprendan algo, si es un informativo que se informen pero se informen de la manera correcta que enseñemos cómo hacer noticia, cómo no ser amarillistas, como contrastar las fuentes que quedemos ese ejemplo eso que nace de la academia es acercar la academia a la comunidad a través de la radio aun cuando esa comunidad no sean mis estudiantes y no solo sean mis profesores o los padres de familia o la comunidad universitaria de la institución a la que represento, si no la comunidad en general que pueda aportarle a los niños que pueda aportarle a los adultos mayores que pueda aportarle a la persona que trabaja en el campo si cumpla con esos puntos con esas facetas estoy cumpliendo mi rol como como medio universitario en este caso una radio que también puede aplicar el mismo principio para un canal universitario.

2. ¿Cómo se diferencia la radio universitaria de otras estaciones de radio comerciales o comunitarias?

Claro, bueno, por ejemplo, las estaciones de radio comercial se dividen en varios estilos dependiendo de del de la línea que quieran manejarse no hay las radios que son 100% musicales y las radios que son 100% deportivas hay las radios que son 100% informativas, hay emisoras que mezclan todos estos ítems, porque recordemos que la radio los medios de comunicación deben cumplir con lo que ya les había mencionado no informar, educar y entretener entonces lo que el diferencia a una radio comercial de una radio universitaria es que la radio universitaria siempre va a tener como prioridad la veracidad y la calidad de sus contenidos, porque todos sus contenidos van a tener el respaldo de la academia es decir, si yo tengo un programa de entretenimiento que lo puedo tener en una radio universitaria perfecto va a ser un programa de entretenimiento, pero siempre va a tener una cuota de conocimiento, va a aportar, es decir, si el programa es musical voy a hablar de la historia del artista, quizás del lugar donde nació, entonces como que voy contextualizando y entre que te entretengo, te voy dando cuotas educativas, lo mismo en el deporte una radio comercial quizás tenga programas deportivos y el deporte es algo que genera muchas pasiones y de repente las personas que están en la mesa de diálogo suben de tono, no se controlan en el vocabulario, se pone muy intensa la situación pero en una radio universitaria vamos a informar, vamos a dar información deportiva, dar información de los equipos, la tabla de posiciones, pero vamos a mantener una postura correcta una postura adecuada no van a haber insultos, no van a haber faltas de respeto,

voy a entrevistar personas que contrasten lo uno con lo otro, es decir la calidad del contenido de una radio comercial, ahora de una radio comunitaria las radios universitarias dependiendo de también pueden ser radios comunitarias algunas pueden cerrar el comunitarias otras pueden ser radios públicas y otras pueden ser radios privadas dependiendo a qué universidad o a qué institución pertenezcan y dependiendo la frecuencia que se le fue otorgada, pero las radios comunitarias generalmente tratan de cumplir un objetivo que se centra o se focaliza en su comunidad entonces si es una radio comunitaria de algún sector específico va a todo su contenido dirigirlo a la población específica a la que va dirigida a centrar su problemática en cambio yo pensaría que lo ideal es que las radios universitarias si tienen una señal abierta puedan dirigirse a la comunidad en general aportando con su contenido académico hay radios universitarias que son internas que solo funcionan dentro de la institución entonces si ya son radios y que solo funcionan algo interno ya se estarían vendrían a ser como comunitarias porque se estarían enfocando en esa comunidad en específico es decir su información en este caso no sería de interés general, sino solamente de interés sectorizado.

3. ¿Cómo ve el papel de las radios universitarias en el futuro de la educación?

Me parece espectacular porque la radio siempre ha sido de los medios de comunicación masivos, el más consumido porque obviamente se lo puede escuchar en cualquier rincón del mundo en cualquier espacio donde muchas veces no llegaba la señal de televisión antes, la gente escuchaba radio y en la actualidad parece mentira que en la era del internet aún hay poblaciones y localidades a donde no llega, quizás la señal del internet o de las televisoras y se consume radio entonces yo creo que como medio de comunicación tiene un futuro muy amplio porque la tecnología y el Internet le ha permitido llegar a más audiencias porque ahora las radios ya no solamente son sonoras, sino que son audiovisuales porque vemos cámaras dentro de las cabinas que nos permiten visualmente ver el contenido conocer a los presentadores compartir vídeos, información en pantalla para que las personas la puedan tanto escuchar en el lugar más remoto donde se la pueda sintonizar en en algunos casos de manera analógica o de manera tradicional como para muchas personas ahora que la escuchamos a través de un podcast o a través de redes sociales, que vemos los videos o de las páginas digitales o las aplicaciones en nuestra mano a través de un celular. Entonces yo creo que la radio tiene un futuro muy amplio apoyándose en las nuevas tecnologías sin perder esa naturalidad que tiene la radio

diferencia de la televisión, esa esa eso que te permite ahondar en los temas sin tener tiempos tan cortos, eso que te permite centrarte fijarte más en el contenido que en la apariencia física o en la imagen a pesar de que obviamente al tener un recurso visual te lleva también a pensar en estas cosas y en estos detalles de producción, pero mientras la radio no pierda su esencia, creo que tiene un futuro muy amplio apegándose a las nuevas tecnologías y educación es fundamental porque quién no va en el carro escuchando radio ahora no escucha muchos podcast que es también son los nuevos formatos que han ido migrando de la radio a lo digital y son formatos que nos han permitido aprender mucho en aspectos y sentidos y también hay muchos géneros entonces ahí es donde está la responsabilidad de quien maneja la emisora o de las universidades que tienen estas radios es de aprovechar este auge y son nuevos formatos y esas nuevas tecnologías para aportar la difusión de ciencia la difusión de conocimientos basado en todo el contingente que tiene la academia

4. En su opinión; ¿Cuáles cree que son los programas que más sintonía tienen en una radio universitaria y por qué?

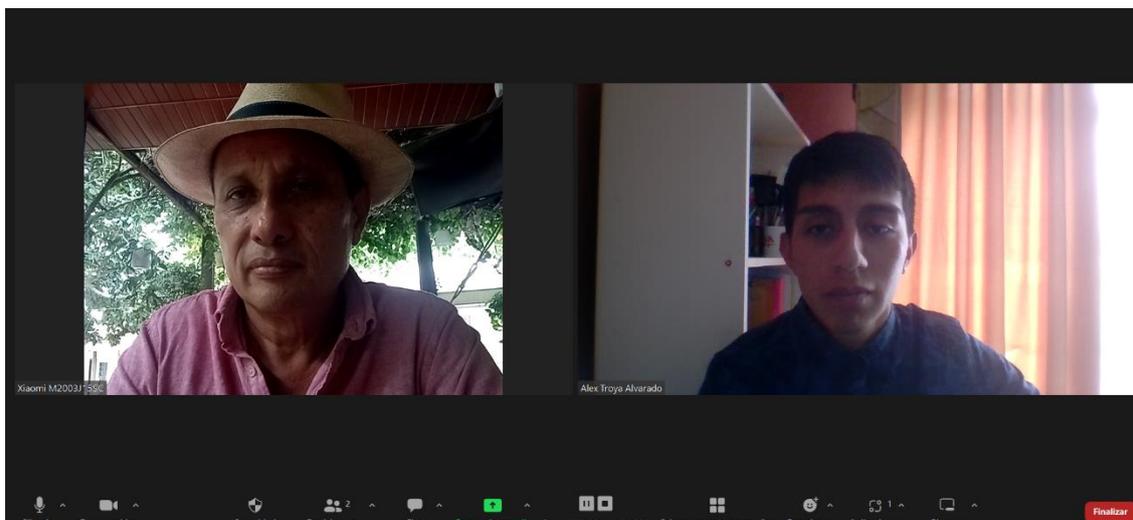
Bueno, yo creo que siempre va a tener una buena acogida los informativos, creo que siempre los informativos se vuelven como una referencia periodística a nivel general en los medios, entonces creo que siempre va a estar un poquito liderando el tema de los informativos en las radios, creo que otro género que es muy bien acogido incluso en las radios universitarias podría tener a un mayor auge o mayor alcance porque podrían por ahí entrar también a ese público cautivo que es el público directo al público joven el público universitario, aunque las personas mayores también lo consumen mucho que son los programas deportivos los programas deportivos, el deporte en general se ha abierto mucho camino en el ámbito periodístico ahora hay muchas escuelas de comunicación o carreras de comunicación que dentro de su pensum o de sus especialidades, ella incluye en el periodismo deportivo, entonces creo que ahí es un buen punto como para fortalecer y enfocarse las radios universitarias para incentivar esta especialidad si se quiere o el consumo de este tipo de contenidos y siempre van a tener también este un buen auge al tema de los programas de tipo revista programas de variedades estos programas que se los conoce como variedades o programas tipo vagón este donde se puede incluir mucha información entonces en una revista puedes poner la cuota de entretenimiento pero a aportar con el contenido académico, por ejemplo en temas médicos, científicos,

culturales, o sea es un formato que permite llegar en muchos aspectos y alimentarse mucho del conocimiento de la academia entonces creo que estos tres programas o sus tres formatos pueden ser un fuerte dentro de la de la parrilla de programación de una radio universitaria.

5. Qué recomendaciones nos brindaría para poder incrementar y mantener la audiencia dentro de un programa radial universitario

Creo que ahorita es fundamental, que las radio se modernita se moderniza y que se aproveche la creatividad que tienen los jóvenes que seguramente trabajarán en ellas jugarán sus prácticas en ellas y vayan transmitiendo todo este conocimiento todo este contingente que encontramos dentro de las universidades y del ámbito académico en formatos atractivos, el podcast creo que es una excelente herramienta que nos puede ayudar a modernizar nuestros contenidos a subir las plataformas audiovisuales a redes sociales, a difundirlo a compartirlo, creo que es este una excelente opción una excelente herramienta para llegar a más audiencias y mi recomendación es no solamente pensar en la cantidad de audiencia jamás sacrificar la calidad del contenido por tener más audiencia o por tener publicidad y obtener recursos por ese lado es importante, sí , pero si lo que yo estoy dando como universidad a través de mis medios es información de calidad, es información que le va a servir a alguien que viene con el aval de profesionales que va a ayudar a alguna persona si se cumple ese objetivo y me escucha una persona me escuchan dos me escuchan 10 y no mil yo ya cumplí mi objetivo jamás sacrificar el contenido por la cantidad esa es mi recomendación.

Entrevistado 3. Renan Álava



1. ¿Qué opinión tiene sobre la radio universitaria?

En términos generales yo creo que es un espacio importante para desarrollar las capacidades de los estudiantes especialmente de las carreras afines; como comunicación y en el caso de la Universidad, se convierte pues en una herramienta importante para el desarrollo de las destrezas y fue una política que se mantuvo en el sentido de por qué exponer a los estudiantes de manera directa para que hagan prácticas en directo en vivo en la radio y digo exponerlos en el sentido de que todos estamos también expuestos al error y eso es admisible hasta cierto punto pero es inadmisibles desde mi perspectiva desde mi modesta opinión cuando estamos formando profesionales que no es que sean infalibles, pero tratar de evitar en la medida de lo posible, por lo menos errores de tipo técnico y eventualmente también en el manejo de la palabra, los medios sobre todo la radio tiene un poder de penetración que se mantiene desde su misma creación y quiero remitir un poco a la historia como para cerrar esta primera parte de esta primera pregunta cuando alguien decía a raíz de la del nacimiento de la televisión que la radio desaparecería con la aparición de la televisión, pero ocurre todo lo contrario, en este momento este es el medio que utiliza la mayoría de las plataformas digitales se montó sobre la plataforma y bien, emplea esa esa potencia, esa fuerza esa versatilidad para estar en este momento también como como un medio que creo yo va a seguir manteniendo su espacio pueden desaparecer cualquiera de los medios, por lo menos convencionales como la televisión o a lo mejor no desaparecer, pero pues sí, pasar un segundo plano, pero la radio seguirá manteniendo su espacio y la radio universitaria no está lejos de la radio de emisiones

convencionales o de la radio tradicional que nosotros conocemos como la radio comerciales.

2. ¿Como se podría diferenciar la radio universitaria de estas otras estaciones y ya sea de las radios comerciales o de las radios comunitarias?

Habría que definir exactamente la diferenciación es decir el planteamiento porque si digo bueno la radio comercial de por sí es una radio que tiene permitido el anuncio de espacios comerciales que permiten su financiación, hablo de lo que conozco porque la manejé durante 17 años en la Radio San Gregorio de frecuencia modular algún cobertura regional o provincial en todo caso es una radio que mantenía su carácter de radio, no necesariamente tampoco comunitaria, pero si una radio de corte académica sin fines de lucro es decir que estaba **subvencionada** y entiendo que todavía por la matriz que en este caso es la Universidad cuyo personal depende de la Universidad directamente y no independientemente de la radio, es decir, habría que hacer esas dos diferenciaciones en cuanto al tema me refiero comercial de financiamiento de sostenimiento desde el punto de vista de si se quiere económico, pero yo sí creo que por ser una radio y esto es el otro aspecto, no por ser una radio universitaria desde mi punto de vista debe ser una radio de laboratorio en donde se vaya a experimentar como como un poco antes señalé en el sentido de que si bien es una radio universitaria una radio de prácticas, esas prácticas tienen que estar en un marco en un concepto de un trabajo que mejor elaborado donde los procesos de edición en donde los procesos de preparación de producción de edición de postproducción tengan unos niveles de exigencia que le permitan que ese producto final salga de la mejor calidad posible eventualmente por lo menos en nuestra realidad de los medios tradicionales en Manabí le puedo hablar por Manabí porque conozco bastante bien las radios acá no todas pero una gran mayoría trabajan si se quiere y van solucionando una transmisión sobre la marcha generalmente no se preparan las transmisiones más allá de la parte técnica pero no hay el establecimiento, por ejemplo de una guía de una escaleta de un guion que les permita tener una estructura de una transmisión por ejemplo que por mucho o que eventualmente resulte ser una transmisión que se presentó en este momento debe ser una transmisión que tenga ciertos parámetros de exigencias de calidad ciertas normativas de calidad y creo yo que allí la radio universitaria, desde mi perspectiva debe tener esos niveles de exigencia porque estamos preparando los nuevos profesionales que van a cubrir esos espacios en un futuro mediano

corto o tal vez a largo plazo, pero se necesita tener un rigor en la en la preparación de todo lo que tiene que ver con el aparataje o mejor dicho con la estructuración de una programación en donde se tenga en cuenta también estas transmisiones que se pudiesen presentar de manera de manera eventual entonces en ese sentido yo sí creo que por lo menos y hablo por los medios que conozco en el nuestro no es un requisito de mayor importancia yo no lo veo personalmente así porque creo que los niveles de exigencia en radio no deben bajar todo lo contrario, porque estamos en un nivel de competencia con las redes sociales, que si bien no representan la importancia o la trascendencia de un medio como la radio y no dejan de ser un medio que compite con la inmediatez de la de la radio, yo sí pienso que la radio en ese sentido todavía la radio tradicional o convencional no tiene como una norma de principios básicos el establecer estos parámetros de calidad.

3. ¿Como ve el papel de las radios universitarias en el futuro de la educación y la comunicación?

Yo creo que tienen un papel fundamental el mismo papel que han venido jugando, pero con unos niveles mayores de exigencia hablaba yo de la inmediatez, las redes sociales tienen inmediatez y de alguna forma por lo menos a la televisión lograron desplazarla la globalización de la información de la comunicación, el tener una computadora portátil en nuestra mano que es nuestro teléfono nos permite tener acceso a todo el mundo y a todo tipo de información y posiblemente no existe de hecho, no existe, digamos un nivel de tamización de esos contenidos porque encontramos en redes cualquier cosa entonces pensaría yo que más bien esa posibilidad que brinda la tecnología las redes sociales que le brinda a la radio todas estas plataformas que le brindan los espacios a la radio debe servir para continuar afinando esos detalles, personalmente que juega un papel fundamental en estos tiempos la exigencia y los niveles de calidad de la radio frente a las a la competencia inmediata, que es el tema de las redes sociales.

4. ¿Cuáles cree que son los programas que más sintonía podrían tener dentro de una radio universitaria?

Si se quiere un prejuicio cuando escuchamos radio universitaria, mucha gente cree que se la ve como un medio que no va a generar mayores aportes en el sentido de información de calidad espacios de opinión de calidad música o espacios musicales de nivel de calidad

y yo creo que el futuro de la radio radica mucho en lo que pueda hacer la radio con respecto a esos niveles de exigencia como ya decía hace un momento que tienen que imponerse en los medios de comunicación, me parece que la radio tiene una existencia que ha marcado la historia de la humanidad de buena parte de la historia de la humanidad y tiene un papel sumamente importante, juega un papel fundamental en la generación de la opinión pública y miremos cuando yo decía que no hay no hay un tamiz que no hay filtros que uno que a uno le permitan que a un niño que a un menor de edad que a un adolescente le llegue información de calidad todo esto es una enorme puerta en donde encuentras todo tipo de contenidos y yo pensaría que los programas que deben pensarse para las radios deben ser programas que generen opinión desde el punto de vista de la opinión social desde el punto de vista cuando hablamos de programas culturales que se piensa inmediatamente o qué se ha pensado históricamente que la cultura ha estado encasillada en ciertas jerarquías como cuando hablamos de cultura mucha gente se remite al teatro a la gente muy bien vestida a la presentación de orquestas sinfónicas, hay que un poco enfocar nuestra mirada en lo que realmente significa la cultura es lo que representa al estrella la cultura en su región porque viene de una formación de la familia en donde existen, por ejemplo formas de hablar eso es una cultura ustedes tienen una manera de hablar distinta en la sierra a la costa y eso es parte de la cultura de ustedes y es parte de la cultura nuestra cuando hablamos de la costa y si eso lo comenzamos a contar desde la radio empleando la radio a través de programas que nos ayuden a entender esta multiculturalidad que tiene el Ecuador hablando de nuestro país, se estaría dando un golpe de timón así de sumo interés de mucha fuerza y que sobre todo se está empleando un medio académico para generar ese tipo de contenidos que tienen un nivel.

5. Nos podría brindar algunas recomendaciones para incrementar y mantener a la audiencia

Quiero remitirme un poco a la experiencia que nos permitió a nosotros situar la radio la San Gregorio hace 19 años porque tengo dos fuera de ella, en un lugar en donde en principio no aparecía en las mediciones de audiencia para llegar a estar entre las dos radios más importantes de Manabí y eso se logra a partir de un trabajo responsable cuando se priorizan aspectos como el que estamos hablando la identidad cuando los contenidos que se emiten en las emisoras sobre todo que tienen una responsabilidad académica la emisora o las emisoras universitarias se piensa primero en el público yo digo para tomar una decisión antes de tomarla de por sí por ser el director porque tienes la potestad por ser el

dueño del medio debemos ubicarnos siempre en la otra orilla en la orilla, donde se encuentra el oyente y pensar que quisiera yo escuchar de esa emisora que me está ofertando una programación que está diseñada en muchos o en la mayoría de casos por alguien que está sentado detrás de un escritorio, pero que poco conocería o poco conoce la realidad desde la orilla del oyente, entonces la recomendación es aterrizar en nuestra realidades para contar esas historias las radios universitarias como yo lo veo por lo menos las radios de frecuencia tienen una cobertura en algunos casos local, hablo de la ciudad en otro cantonal del cantón, en otras provincial como el caso de la de la que le refiero que yo dirigí y que los niveles de responsabilidad son mucho mayores y pensaríamos que una radio tal vez en línea vamos a hacer esto porque nos interesó hacer algo de radio, pero ojo con eso porque no nos ven en el cantón, no nos ven en la provincia de donde se emite, sino que lo pueden estar mirando en cualquier parte en cualquier rincón del planeta, entonces sí hay unos niveles de responsabilidad, que yo creería hay que tenerlos muy en cuenta al momento de estructurar una programación sea informativa o de opinión, sea para mostrar nuestra realidad lo que somos desde el punto de vista cultural, abarcando todos estos aspectos que había señalado antes y también desde el punto de vista musical comenzar a mostrar y a darle fuerza a contenidos musicales inclusive que en este momento nos hablan de historia y que están en boca y en composición de nuevos artistas sin desmerecer el género porque el género no es el problema, sino el tipo de composiciones de estas nuevas tendencias del reggaetón, no sé cuántos géneros más se hayan inventado con estas nuevas tendencias de la globalización pero que no cuentan nada no cuentan nada en esencia a diferencia de si escuchamos un una poesía de esa canción interpretada en nuestro caso por un por un artista de renombre nacional como fue Eduardo Brito Mieles con esa música y esa voz tan maravillosa como cantaba esos poemas, o sea se marca diferencia ahí y yo sí pienso que hay que pensar muy bien en el momento de estructurar y esto va a manera de recomendación estructurar una programación en función de lo que somos y lo que creemos desde la otra orilla que puede aportar positivamente a ese entorno social que se debe la radio universitaria.

Anexo 4. Fichas para identificar los programas UNL radio

Ficha para identificar los programas de UNL radio 98,5 FM				
Datos generales				
Fecha de observación:	12/02/2024	Hora de inicio:	10h20	
Nombre del observador:	Alex Troya	Hora de finalización:	11h25	
DETALLES DEL PROGRAMA				
Nombre del Programa	Día	Horario	Tipo de programa	Observaciones
A Bordo	Miércoles	10h00 11h00	Entrevistas en vivo	Un programa en vivo llevado por la unidad de educación a distancia y en línea. Con transmisión en Facebook. La primera vez que se transmite por esta red social.
CONTENIDO DEL PROGRAMA				
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Calidad del contenido		x		
Participación y dinámica				

Interacción con la audiencia	Llamadas telefónicas	Redes sociales	Mensajes de texto	Otro
	-----	Facebook	-----	5 comentarios 3 veces compartido
Números de participantes:	1	2	3	4
			x	
Tipo de participación:	Entrevistas en vivo con invitados			
Aspectos Técnicos				
Calidad de sonido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		
Uso de efectos de sonido y música	Adecuado	x		
	Inadecuado			
Observaciones generales				
Puntos fuertes del programa:	Información importante sobre lo unidad de educación a distancia y tema que conlleva cada semana, en esta observación se trató sobre el manejo de los residuos.			
Áreas de mejora:	Cuidar el ruido de fondo los respiros, no soplar, tener en cuenta el tiempo del programa y su inicio y finalización.			
Comentarios adicionales:	Al ser la primera vez que se trasmite en Facebook tiene una buena internación con el público.			
Evaluación global				
Calificación general del programa	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		

Ficha para identificar los programas de UNL radio 98,5 FM

Datos generales

Fecha de observación:	13/06/2024	Hora de inicio:	10h00
Nombre del observador:	Alex Troya	Hora de finalización:	11h00

DETALLES DEL PROGRAMA

Nombre del Programa	Día	Horario	Tipo de programa	Observaciones
Enfoque veterinario	Jueves	10h00 11h00	Informativo	Programa en vivo por la carrera de veterinaria llevada por estudiantes, con temas del diario hablar.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Calidad del contenido		x		

Participación y dinámica

Interacción con la audiencia	Llamadas telefónicas	Redes sociales	Mensajes de texto	Otro
	-----	Facebook	-----	-----

Números de participantes:	1	2	3	4
		x		
Tipo de participación:	Informativo			
Aspectos Técnicos				
Calidad de sonido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		
Uso de efectos de sonido y música	Adecuado	x		
	Inadecuado			
Observaciones generales				
Puntos fuertes del programa:	Información relevante para los oyentes sobre los animales, las mascotas, también desarrollan temas como la importancia de los Zoológicos como centros de conservación.			
Áreas de mejora:	Ninguna			
Comentarios adicionales:	Tener en cuenta que la conversación sea más interactiva y cuidar los ruidos de fondo.			
Evaluación global				
Calificación general del programa	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		

Ficha para identificar los programas de la radio universitaria 98,5 FM

Datos generales

Fecha de observación: 11/06/2024 **Hora de inicio:** 10h00

Nombre del observador:	Alex Troya	Hora de finalización:	11h10	
DETALLES DEL PROGRAMA				
Nombre del Programa	Día	Horario	Tipo de programa	Observaciones
IDI café	Martes	10h00 11h00	Informativo	Programa del instituto de idioma Locutado por los docentes de esta facultad.
CONTENIDO DEL PROGRAMA				
Calidad del contenido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
			x	
Participación y dinámica				
Interacción con la audiencia	Llamadas telefónicas	Redes sociales	Mensajes de texto	Otro
	0	Unl Radio Página de instituto de idiomas		Preguntas, pero con los conocidos de la universidad nacional de Loja
Números de participantes:	1	2	3	4
		x		
Tipo de participación:	Entrevistas en vivo			
Aspectos Técnicos				
Calidad de sonido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		
	Adecuado	x		

Uso de efectos de sonido y música	Inadecuado			
Observaciones generales				
Puntos fuertes del programa:	Información sobre los programas que oferta el instituto de idiomas y lo que esta desarrollando para el conocimiento de los estudiantes.			
Áreas de mejora:	Tener la calidad del audio no sé escuchaba la otra persona			
Comentarios adicionales:	Tener en cuenta el tiempo del programa.			
Evaluación global				
Calificación general del programa	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x	x	

Ficha para identificar los programas de UNL radio 98,5 FM

Datos generales				
Fecha de observación:	12/06/2024	Hora de inicio:	16h05	
Nombre del observador:	Alex Troya	Hora de finalización:	16h45	
DETALLES DEL PROGRAMA				
Nombre del Programa	Día	Horario	Tipo de programa	Observaciones
La suite de la academia	Miércoles	16h00 17h00	Informativo con entrevista en vivo	Un programa en vivo, de opinión realizado por la facultad de energía con la participación

				de docentes y estudiantes.
CONTENIDO DEL PROGRAMA				
Calidad del contenido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		
Participación y dinámica				
Interacción con la audiencia	Llamadas telefónicas	Redes sociales	Mensajes de texto	Otro
	-----	Facebook	-----	-----
Números de participantes:	1	2	3	4
			x	
Tipo de participación:	Entrevistas			
Aspectos Técnicos				
Calidad de sonido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		
Uso de efectos de sonido y música	Adecuado	x		
	Inadecuado			
Observaciones generales				
Puntos fuertes del programa:	Tienen como objetivo analizar difundir y generar qué opina la academia sobre un tema en específico que afecte a la sociedad lojana, por ejemplo, en el programa analizado se trató sobre la transformación tecnológica para el desarrollo del país			
Áreas de mejora:	Ninguna			
Comentarios adicionales:	Tienen muy buena acogida en la transmisión de Facebook.			
Evaluación global				
	Excelente	Buena	Regular	Deficiente

Calificación general del programa		X		
-----------------------------------	--	---	--	--

Ficha para identificar los programas de UNL radio 98,5 FM

Datos generales

Fecha de observación:	17/06/2024	Hora de inicio:	13h00
Nombre del observador:	Ale Troya	Hora de finalización:	13h45

DETALLES DEL PROGRAMA

Nombre del Programa	Día	Horario	Tipo de programa	Observaciones
Lunes Verde	Lunes	12h15 13h00	Informativo	Un programa que lleva a cabo por naturaleza y cultura internacional, Universidad Nacional de Loja y Universidad Técnica Particular de Loja.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
--	-----------	-------	---------	------------

Calidad del contenido		x		
Participación y dinámica				
Interacción con la audiencia	Llamadas telefónicas	Redes sociales	Mensajes de texto	Otro
	-----	YouTube Facebook	-----	-----
Números de participantes:	1	2	3	4
			x	
Tipo de participación:	Informativo, entrevistas en vivo.			
Aspectos Técnicos				
Calidad de sonido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
			x	
Uso de efectos de sonido y música	Adecuado	x		
	Inadecuado			
Observaciones generales				
Puntos fuertes del programa:	Presentan entrevistas con temas informativos sobre el cambio climático, la ecología el cuidado del medio ambiente. Lo que se está realizando dentro de la universidad con el tema de cuidar el medio ambiente y los proyectos que se están ejecutando.			
Áreas de mejora:	Ninguna			
Comentarios adicionales:	Ninguna			
Evaluación global				
Calificación general del programa	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		

Ficha para identificar los programas de UNL radio 98,5 FM

Datos generales

Fecha de observación:	11/06/2024	Hora de inicio:	12h05
Nombre del observador:	Alex Troya	Hora de finalización:	13h00

DETALLES DEL PROGRAMA

Nombre del Programa	Día	Horario	Tipo de programa	Observaciones
Públicamente	Martes	12h00 13h00	Informativo	Programación en vivo Realizado por los docentes de la carrera de administración pública.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Calidad del contenido		x		

Participación y dinámica

Interacción con la audiencia	Llamadas telefónicas	Redes sociales	Mensajes de texto	Otro
	-----	-----	-----	Ninguno
Números de participantes:	1	2	3	4
		x		

Tipo de participación:	Participan los docentes que llevan al programa a cabo			
Aspectos Técnicos				
Calidad de sonido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		
Uso de efectos de sonido y música	Adecuado	x		
	Inadecuado			
Observaciones generales				
Puntos fuertes del programa:	Dar a conocer a los oyentes temas claves que ayudan a entender las políticas públicas, el costo de vida ligada a la administración pública.			
Áreas de mejora:	El ruido de fondo tener cuidado al moverse o mover elementos			
Comentarios adicionales:	Ninguno			
Evaluación global				
Calificación general del programa	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		

Ficha para identificar los programas de UNL radio 98,5 FM

Ficha para identificar los programas de UNL radio 98,5 FM			
Datos generales			
Fecha de observación:	14/06/2024	Hora de inicio:	06h00
Nombre del observador:	Alex Troya	Hora de finalización:	06h45
DETALLES DEL PROGRAMA			

Nombre del Programa	Día	Horario	Tipo de programa	Observaciones
Romance Ecuatoriano	Lunes a Viernes	06h00 06h45	Musical	Programa que lo realiza radio católica nacional, es académico, retransmitido por radio universitaria.
CONTENIDO DEL PROGRAMA				
Calidad del contenido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		
Participación y dinámica				
Interacción con la audiencia	Llamadas telefónicas	Redes sociales	Mensajes de texto	Otro
	-----	-----	-----	-----
Números de participantes:	1	2	3	4
		x		
Tipo de participación:	Musical			
Aspectos Técnicos				
Calidad de sonido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		
Uso de efectos de sonido y música	Adecuado	x		
	Inadecuado			
Observaciones generales				
Puntos fuertes del programa:	Llevado a acabo por dos locutores que son especializados en investigación musical, donde realizan un análisis de la música ecuatoriana desde el aspecto técnico.			
Áreas de mejora:	Ninguna			

Comentarios adicionales:	Ninguna			
Evaluación global				
Calificación general del programa	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		

Ficha para identificar los programas de UNL radio 98,5 FM

Datos generales

Fecha de observación:	15/06/2024	Hora de inicio:	09h00
Nombre del observador:	Alex Troya	Hora de finalización:	10h10

DETALLES DEL PROGRAMA

Nombre del Programa	Día	Horario	Tipo de programa	Observaciones
Sin límites	Sábado	09h30 10h00	Informativo	Un programa en pregrabado y retransmitido por diferentes canales de comunicación, de la fundación— Para dar a conocer que las personas con discapacidades no tienen límites.

CONTENIDO DEL PROGRAMA				
Calidad del contenido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		
Participación y dinámica				
Interacción con la audiencia	Llamadas telefónicas	Redes sociales	Mensajes de texto	Otro
	-----	-----	-----	-----
Números de participantes:	1	2	3	4
	x			
Tipo de participación:	Informativo con un sano entretenimiento.			
Aspectos Técnicos				
Calidad de sonido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		
Uso de efectos de sonido y música	Adecuado	x		
	Inadecuado			
Observaciones generales				
Puntos fuertes del programa:	Dar a conocer al público la realidad de las personas con discapacidad y noticias relevantes para la ciudadanía de lo que ellos están realizando o actividades que conllevan, mezclando con música.			
Áreas de mejora:	Ninguno			
Comentarios adicionales:	Ninguno			
Evaluación global				
Calificación general del programa	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		

Ficha para identificar los programas de UNL radio 98,5 FM

Datos generales

Fecha de observación:	14/06/2024	Hora de inicio:	09h00
Nombre del observador:	Alex Troya	Hora de finalización:	10h00

DETALLES DEL PROGRAMA

Nombre del Programa	Día	Horario	Tipo de programa	Observaciones
Tu próximo destino	Viernes	09h00 09h45	Informativo y de Entretenimiento	El programa es en vivo, llevado por los docentes de la carrera de turismo.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
Calidad del contenido		x		

Participación y dinámica

Interacción con la audiencia	Llamadas telefónicas	Redes sociales	Mensajes de texto	Otro
	-----	Trasmitido por Facebook	Mensajes de texto por WhatsApp	-----
Números de participantes:	1	2	3	4
			x	

Tipo de participación:	Entrevistas en vivo.			
Aspectos Técnicos				
Calidad de sonido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		
Uso de efectos de sonido y música	Adecuado	x		
	Inadecuado			
Observaciones generales				
Puntos fuertes del programa:	Noticias más recientes del sector turístico, cambios y regulaciones información sobre la rutas y destinos que se puede visitar dentro de la ciudad de Loja, el cantón y la provincia, se presenta un segmento cultural y se promociona las fiestas religiosas de los diferentes sectores y parroquias y se invita a los oyentes a visitar estos lugares.			
Áreas de mejora:	Ninguno			
Comentarios adicionales:	Se puede siempre verificar que el sonido este en buen estado para la sintonía.			
Evaluación global				
Calificación general del programa	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		

Ficha para identificar los programas de UNL radio 98,5 FM

Datos generales

Fecha de observación:	11/06/2024	Hora de inicio:	08h00
------------------------------	------------	------------------------	-------

Nombre del observador:	Alex Troya	Hora de finalización:	09h00	
DETALLES DEL PROGRAMA				
Nombre del Programa	Día	Horario	Tipo de programa	Observaciones
UNL NOTICIAS	Lunes a Viernes	08h00 09h00	Noticias	Programa en vivo desde la cabina de UNL radio. También se habla de noticias deportivas.
CONTENIDO DEL PROGRAMA				
Calidad del contenido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		
Participación y dinámica				
Interacción con la audiencia	Llamadas telefónicas	Redes sociales	Mensajes de texto	Otro
	No se realizo ninguna	En la página de unl radio Radio digital	0	----
Números de participantes:	1	2	3	4
		x		
Tipo de participación:	Informativo diálogo entre en locutor y un invitado para conocer ya sea información sobre la academia de la Universidad Nacional de Loja.			
Aspectos Técnicos				
Calidad de sonido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
			x	
Uso de efectos de sonido y música	Adecuado	x		
	Inadecuado			

Observaciones generales

Puntos fuertes del programa:	Informa a su audiencia con temas locales, nacionales e internacionales.
Áreas de mejora:	Tener cuidado con el límite de tiempo para que no interrumpa a las siguientes programaciones
Comentarios adicionales:	Invita a mantenerse en sintonía de la emisora, además adelanta los próximos invitados no solo del programa si no de los siguientes segmentos.

Evaluación global

Calificación general del programa	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		

Ficha para identificar los programas de UNL radio 98,5 FM

Datos generales

Fecha de observación:	13/06/2024	Hora de inicio:	15h30
Nombre del observador:	Alex Troya	Hora de finalización:	16h00

DETALLES DEL PROGRAMA

Nombre del Programa	Día	Horario	Tipo de programa	Observaciones
Vista económica	Jueves	15h30 16h00	Informativo	Programa que es transmitido en vivo y llevado por los estudiantes de la

				carrera de economía.
CONTENIDO DEL PROGRAMA				
Calidad del contenido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		
Participación y dinámica				
Interacción con la audiencia	Llamadas telefónicas	Redes sociales	Mensajes de texto	Otro
	-----	Facebook	-----	-----
Números de participantes:	1	2	3	4
		x		
Tipo de participación:	Informativo			
Aspectos Técnicos				
Calidad de sonido	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		
Uso de efectos de sonido y música	Adecuado	x		
	Inadecuado			
Observaciones generales				
Puntos fuertes del programa:	Economía local y global analizada desde la academia, temas que afectan a la comunidad desde una perspectiva económica y social de manera juvenil y entretenida.			
Áreas de mejora:	-----			
Comentarios adicionales:	Tener en cuenta los sonidos cuando la otra persona está hablando.			
Evaluación global				
Calificación general del programa	Excelente	Buena	Regular	Deficiente
		x		

Anexo 5. Certificación de traducción

Lic. Andrea Sthefanía Carrión Mgs

0984079037

andrea.s.carrion@unl.edu.ec

Loja-Ecuador

Loja, 1 de noviembre del 2024

La suscrita, Andrea Sthefanía Carrión Fernández, Mgs, **DOCENTE EDUCACIÓN SUPERIOR** (registro de la SENESCYT número: 1008-12-1124463), **ÁREA DE INGLÉS-UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**, a petición de la parte interesada y en forma legal.

CERTIFICA:

Que la traducción del resumen del documento adjunto, solicitado por el señor: **Alex Francisco Troya Alvarado** con cédula de ciudadanía No. **1105177305**, cuyo tema de investigación se titula: **“Análisis de la programación de Radio Universitaria 98.5 FM, y su aceptación en la ciudadanía lojana en el periodo mayo-julio 2024”** ha sido realizado y aprobado por mi persona, Andrea Sthefanía Carrión Fernández, Mgs. en Pedagogía.

El apartado del Abstract es una traducción textual del Resumen aprobado en español.

Particular que comunico en honor a la verdad para los fines académicos pertinentes, facultando al portador del presente documento, hacer el uso legal pertinente.

ANDREA STHEFANIA
CARRION
FERNANDEZ

Firmado digitalmente por
ANDREA STHEFANIA
CARRION FERNANDEZ
Fecha: 2024.11.01 18:32:04
-06'00'

Andrea Sthefanía Carrión Fernández. Mgs.

English Professor