



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



**EXÁMEN COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO**  
**A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**  
**EVOLUCIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES**  
**A ESPACIOS INTERACTIVOS DIGITALES**  
**CASO: RADIO LIBRE**

**AUTORA:**  
**RIZZO RIVERA KAREN ALEXANDRA**

**TUTOR:**  
**MSC. SÁNCHEZ VIDAL CARLOS RAÚL**

**BABAHOYO – ECUADOR**  
**2023**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



**DEDICATORIA**

Este proyecto de vida es dedicado a mis padres y a mis hijos quienes han sido el pilar fundamental e impulso para escalar una meta académica más, gracias por infundir un modelo de esfuerzo, la dedicación y valentía de no caer ante las adversidades, afrontar con firmeza cada reto que se me imponía.

Gracias también a todas las personas especiales quienes colaboraron en mi formación académica, profesional y personal.

**Rizzo Rivera Karen Alexandra**



### **AGRADECIMIENTO**

Le doy gracias al Dios omnipotente por permitirme cumplir con este proceso y lograr este sueño tan deseado.

A mis padres por haber inculcado en mí, toda esa motivación para seguir adelante, por el sacrificio que ellos han hecho, dando ejemplo de superación incansable, confianza, amor, y amistad incondicional.

Porque está claro que sin su apoyo no hubiera podido culminar mi carrera profesional.

A mis hijos quienes han sido un pilar fundamental en mí, a mis amigos cercanos que siempre estuvieron atentos a mi culminación, y sinceramente, a mí misma, porque si no hubiera tenido la valentía de seguir con esta batalla no la hubiera ganado.

**Rizzo Rivera Karen Alexandra**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



**RESUMEN**

El presente estudio de caso desea analizar la evolución del medio de comunicación tradicional “Radio Libre” a un espacio interactivo digital, debido a la necesidad de acoplarse al nuevo mercado de consumo de información masiva. Mediante la indagación de parámetros esenciales de la nueva programación del medio de comunicación además de la opinión de los oyentes.

La estación Radio Libre al igual que los otros medios de comunicación tradicionales tuvo que migrar sus actividades a las redes sociales y demás páginas web para impartir las noticias y mantenerse a la vanguardia de la era digital. Ofreciendo información en tiempo real de forma eficaz y rápida a los babahoyenses y demás usuarios de su plataforma.

La metodología que se aplicó en la presente investigación fue cualitativa, donde se realizó una entrevista a un empleado de la radio además de varios usuarios u oyentes de Radio Libre, con la finalidad de analizar la aceptación del nuevo modelo digital de la radio. Los tipos de investigación es descriptiva y bibliográfica que ayudaron a describir los cambios que ha tenido la migración del medio de comunicación.

**Palabras claves:** Medios de comunicación, espacios interactivos digitales, radio, opinión ciudadana.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



**ABSTRACT**

The present case study wishes to analyze the evolution of the traditional communication medium "Radio Libre" to a digital interactive space, due to the need to adapt to the new mass information consumption market. Through the investigation of essential parameters of the new programming of the media in addition to the opinion of the listeners.

The Radio Libre station, like other traditional media, had to migrate its activities to social networks and other web pages to spread the news and stay at the forefront of the digital age. Offering information in real time efficiently and quickly to Babahoyenses and other users of its platform.

The methodology applied in this research was qualitative, where an interview was conducted with a radio employee as well as several users or listeners of Radio Libre, in order to analyze the acceptance of the new digital radio model. The types of research is descriptive and bibliographic that helped to describe the changes that the migration of the communication medium has had.

**Keywords:** Mass media, digital interactive spaces, radio, citizen opinion.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



**ÍNDICE**

1. INTRODUCCIÓN.....	7
2. DESARROLLO.....	8
2.1. Justificación.....	8
2.2. Objetivo.....	9
2.3. Sustento teórico.....	9
2.4. Técnicas aplicadas para la recolección de la información.....	14
2.5. Resultados obtenidos.....	16
2.6. Situaciones detectadas (Hallazgos).....	17
3. CONCLUSIONES.....	18
4. RECOMENDACIONES.....	19
5. BIBLIOGRAFÍAS.....	20
6. ANEXOS.....	22



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



## 1. INTRODUCCIÓN

Desde el siglo XX fueron apareciendo los medios de comunicación como la radio, la primera televisiva, los satélites de comunicación entre otros y luego con los avances de la tecnología surgieron los celulares, internet, correos y demás medios que han facilitado la comunicación entre los individuos desde diferentes lugares del mundo. (Castro, 2020)

Los medios de comunicación tradicionales son plataformas de información que se desenvuelven de forma básica en donde el emisor transmite la información y el receptor es un canal de una sola vía. Pero los medios digitales por medio del internet permiten estar interconectados formando ciudadanos digitales, en el cual no solo transmite el mensaje, sino que permite la interacción y el feedback entre los usuarios que consumen estos medios.

La era digital ha permitido que los medios de comunicación tradicionales migren sus actividades a los medios digitales, tales como el periódico, la radio entre otros teniendo que adaptar sus métodos informativos para evitar la disminución de la audiencia.

El presente estudio de caso desea analizar la evolución del medio de comunicación tradicional “Radio Libre” a un espacio interactivo digital, debido a la necesidad de acoplarse al nuevo mercado de consumo de información masiva. La metodología utilizada es la cualitativa permitiéndonos generar una hipótesis que ayude al presente estudio.



## 2. DESARROLLO

### 2.1. Justificación

Ecuador posee 18 millones de habitantes, donde el 77% utilizan el internet y 15.91 millones de personas tienen celulares, así como el 81% de los habitantes son usuarios de diferentes redes sociales. Es decir que los celulares o dispositivos móviles son una de las principales herramientas para informarse de las noticias nacionales e internacionales teniendo que la red social más utilizada en nuestro país es el Facebook con el 71% de la población activa en esta red social. (Medina, 2022)

Por lo cual los medios de comunicación tradicionales iniciaron a publicar los contenidos en la red, por el alcance que tiene este medio, así como la inmediatez y la interactividad que este ofrece. Generando nuevas estrategias de contenido acordes a las necesidades actuales, creando noticias rápidas y claras.

La estación Radio Libre al igual que los otros medios de comunicación tradicionales tuvo que migrar sus actividades a las redes sociales y demás páginas web para impartir las noticias y mantenerse a la vanguardia de la era digital. Ofreciendo información en tiempo real de forma eficaz y rápida a los babahoyenses y demás usuarios de su plataforma.

El presente estudio de caso presentará la evolución que ha tenido la Radio Libre a un espacio interactivo digital, así como los factores y características que han tenido que acoplarse durante el proceso de cambio para mejorar la calidad de su servicio. Con los resultados de este proyecto se pretende presentar la información del medio de comunicación Radio Libre además de incentivar a mejorar el periodismo digital.





## **2.2.Objetivo**

Analizar la evolución del medio de comunicación tradicional Radio Libre a un espacio interactivo digital.

## **2.3.Sustento teórico**

### **Medios de comunicación**

Según la autora Lizandra Muniz (2019) menciona que:

La humanidad siempre ha tenido la necesidad de mantener una comunicación constante de los hechos que trasciende en todo el mundo, por lo que los medios de comunicación son todos los canales que se usan como instrumentos para poder dar a conocer de forma masiva información o hecho que perturba a la sociedad.

Los medios de comunicación han existido dentro de la sociedad durante décadas, pero con el paso del tiempo estos han evolucionado para poder adaptarse a las nuevas necesidades que exigen las generaciones actuales, las nuevas tecnologías ha abarcado nuevos ámbitos de conexión de información digital optimizando las estrategias para potencializas las opciones de comunicación.

### **Clases de medios de comunicación tradicionales**

Los medios de comunicación es todo canal que se usa para transmitir información por lo que se pueden encontrar de diversas fuentes las cuales puede ser consideradas tales como:

- Cartas
- Radio



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



- Televisión
- Teléfono
- Periódico
- Libros
- Revistas
- Correos electrónicos
- Mensajes de textos (TODAMATERIA, 2022).

### **Tipos de medios de comunicación tradicionales**

La elección de los medios tradicionales es según las necesidades de la publicidad por lo que según la página Free Contact relaciona los medios a continuación:

Medios de comunicación masivos: Estos se interpretan como medios que llegan a un número infinito de personas los cuales pueden integrar lo que es la televisión, radio, periódicos, revistas, cine.

Medios auxiliares: afectan a una menor cantidad de personas, pero están en un periodo determinado de tiempo como los anuncios.

Medios en exteriores: son los cuales se encuentran en una ubicación donde puedan transitar un número determinado de personas en público como las pancartas publicitarias.

Medios interiores: Frecuentan un número determinado de personas como los estadios, medios de transporte, estaciones de trenes, estación de autobuses. (Castellano, 2022).



### **Clasificación de medios de comunicación**

De acuerdo a la definición de los medios de comunicación existen de manera perenes muchos sistemas que transmiten información manteniendo el objetivo de establecer una categorización de cada una de ellas por lo que se puede encontrar las siguientes:

**Medios impresos:** En esta se puede encontrar lo que son textos físicos los cuales puede obtener a cualquier hora y lugar, estos están ubicados con los periódicos, revistas, folletos, volantes etc.

**Medios audiovisuales:** Son los medios que se puedan transmitir imágenes y audios estos se encuentran la televisión, cines, radios, internet en el cual son considerados como medios masivos por el tiempo y cantidad de recursos para ofrecer información.

**Medios exteriores:** Relacionados con vallas publicitarias, carteles, gigantografías para difundir mensajes repentinos.

**Medios digitales:** Conocidos en el mundo convencional como medios nuevos, los cuales solo funcionan con internet, por lo que no es un medio extremadamente masivo por lo que el número de personas que intervienen son pocas, son embargo su efectividad para transmitir información instantánea es más efectiva. (JOVENES DE HOY , 2018, pág. 14).

### **Importancia de los medios de comunicación tradicionales**

Según la información obtenida en el blog Importancia (2020) describe que:



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



Dentro de la sociedad los medios de comunicación forman parte fundamental para unir conocimientos y compartir ideologías, entre las diferentes características positivas que tienen los medios de comunicación es que puede compartir nuevos descubrimientos que ayuden a la humanidad, ampliar contenidos de salud vitales para la supervivencia, evitar catástrofes masivas, conocer información política relevante para la sociedad, puntos de vistas empresariales etc.

### **Radio tradicional**

Es un medio de comunicación usado desde hace más de 30 décadas, los cuales son usados mediante emisión de ondas electromagnéticas a distancia, los cuales usan un aparato receptos común mente conocido como hertzianas que permite escuchar sonidos, durante mucho tiempo fue la fuente de información para militares, sin embargo, la contribución para la sociedad fue primordial. (Pecino, 2020).

### **La radio como acceso a la información**

Los medios de comunicación con ondas masivas a impactado en diversas plataformas para poder informar al público sobre las diferentes novedades, las diferentes comunidades ha emigrado a diferentes plataformas para eliminar las barreras y adaptarse a las nuevas necesidades, en el año 2020 la pandemia permitió que muchas comunidades escondidas mantuvieron una transmisión continua por medio de la radio tomando como liderazgo en el tiempo de crisis, los reportes sobre los accesos de información fueron aumentado, por lo que



como medio tradicional se empezó a funcionar con las nuevas tecnologías para abarcar nuevos territorios (Cojti, 2021)

### **Radio digital**

De acuerdo con la página Federal Comunicaciones Communications Commission (2022) hace referencia que:

La radio digital es considerada como la transmisión de la recepción de sonidos los cuales mantienen un procesamiento compacto los cuales se convierten en patrones digitales, por lo que las radios análogas procesan sonidos en las señales eléctricas en ondas de sonidos estables, en la actualidad no se produce una cantidad de transferencia por lo que puede proporcionar con claridad lo que son frecuencias AM y FM.

### **Radio en la era del internet**

El internet es uno de los impulsores para la adaptación de la radio para poder converger en los diferentes extensiones de la comunicación, el proceso radial se caracteriza para poder implementar una serie de creatividad con el uso de las tecnologías digitales explorando nuevas dimensiones para los espacios de expresión público, los escenarios de los cambios de los consumidores sociales a convertido una necesidad en la reproducción de audio, telefonía y conectividad en vivo, por lo que el beneficio que ha obtenido las nuevas modificaciones a llegado a nuevos radioescuchas (Olcese, 2019, pág. 8)



### **La producción digital de contenidos de la radio**

Los diferentes orígenes de registros para poder establecer sonidos se lo aplican en lo que son tecnologías análogas se han convertido en las digitales, la administración de los sonidos para la producción radial es aplicadas por medio de diferentes programas digitales de productos tecnológico-radiofónicos permitiendo ambientar el lugar de manera instantánea y ofrecer nuevos contenidos que entretiene a una audiencia. (Olcese, 2019, pág. 3).

### **Plataforma de distribución de la radio digital**

En las diferentes plataformas o modalidades de radio se encuentran la siguiente:

- Radio digital terrestre.
- Radio digital satelital.
- Radio en internet ciber-radio (Robles, 2020).

### **2.4. Técnicas aplicadas para la recolección de la información**

El presente estudio de caso se realizará una investigación descriptiva de la evolución de la Radio Libre a un medio digital con un enfoque cualitativo, lo cual permitió obtener una conclusión general a partir de discursos existentes del tema planteado utilizando la técnica de la entrevista.

**Investigación Cualitativa:** permitió recopilar y evaluar datos para analizar de forma profunda la información y plantear una conclusión mediante la técnica de la entrevista. (Santander Universidades, 2021), brindo un sustento sobre las diferentes opiniones que mantienen de la radio, además de conocer a profundidad su historia y evaluación.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



**Investigación descriptiva:** es aquella que se encarga de detallar las características de una población de estudio, describiendo las conductas humanas. (Muguira, 2020)

Se describirá los métodos tecnológicos que utilizo Radio Libre para emprender su nuevo modelo de comunicación digital además del proceso de migración de la radiofrecuencia a lo digital.

**Método bibliográfico:** es el conjunto de estrategias utilizadas para la localización, identificación y acceso a la documentación respectiva para analizar la información pertinente de una investigación. (Prado, 2021)

El método bibliográfico que desde el punto de vista científico he recurrido a la bibliografía porque en ello encuentro los sustentos teóricos que me garantizan el estudio de caso.



### **Técnica de recolección de información e instrumento**

*Entrevista:* La técnica que se planteó con el fin de recabar datos de un tema determinado, utilizando el instrumento de cuestionarios para conocer la opinión de las personas.

- Entrevistas con un empleado del medio de comunicación para conocer la historia y su evolución, además para comprender los conflictos y obstáculos que ha tenido a través del tiempo, el cual me sirvió para realizar el análisis de este caso.
- Entrevistas a personas porque a través de estas pude comparar las opiniones que tienen sobre la radio. A lo largo del tiempo con este traspaso se pudo notar que la audiencia estaba en proceso de adaptación a este nuevo cambio digital.

### **2.5. Resultados obtenidos**

Para la recolección de la información que permita sustentar este caso de estudio referente a la evolución del medio de comunicación Radio Libre a un espacio interactivo digital, se aplicó una entrevista a un empleado de la empresa, así como cinco entrevistas a radioyentes del medio de comunicación. (Anexo 1 y 2)

Los resultados obtenidos demostraron que al principio hubo poca aceptación del medio digital ya que las personas que consumían el medio de comunicación, no tenían acceso al internet además que el consumidor no se acostumbraba a lo digital por tener poco conocimiento del uso de los medios digitales y redes sociales.





## **2.6. Situaciones detectadas (Hallazgos)**

En la actual labor de investigación se obtuvo la recopilación de una información veraz de fuentes primarias sobre el caso de estudio análisis comparativo de la evolución del medio de comunicación caso radio libre.

La demostración de los resultados de las entrevistas grupales se pudo obtener que, en las primeras transmisiones, la cultura del oyente era de muy pocas personas que consumían el medio de comunicación, primero por no tener acceso al internet y segundo, el consumidor no se acostumbraba a lo digital por tener poco conocimiento tecnológico.

También se pudo evidenciar a través de esta técnica que la mayoría de personas que consumen este medio, cuentan con un rango de 30-60 años de edad.

Al ejecutar el análisis en las redes sociales se pudo verificar que en la parte publicitaria había un encargado de vender y receptar las publicidades. Ahora en lo digital se contrató un personal especializado en redes sociales. Hubo un cambio en la publicidad, antes se la realizaba de manera presencial, ahora con una llamada, un mensaje o un mail se puede contratar con facilidad. En la actualidad con la nueva evolución digital el consumidor tiene acceso a fotografías en 3d, entrevistas por Facebook live, videos y más.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



### 3. CONCLUSIONES

- De acuerdo con los métodos aplicados dentro de la investigación se pudo encontrar que la radio es uno de los medios de comunicación que ha mantenido una relevancia para poder transmitir información de cualquier lugar del mundo, por lo que su trascendencia dentro de la sociedad a generado cambios positivos, la Radio Libre en el pueblo babahoyense ha dejado su huella gracias a los diferentes segmentos que ha transmitido sin embargo los rangos de edades son entre 30 y 60 años edad.
  
- La Radio Libre en su proceso de evaluación donde solo se transmitía a radios análogas en la actualidad se digitalizo para poder satisfacer al radioescucha, se pudo evidenciar que al ejecutar el análisis en las redes sociales se logró verificar que en la parte publicitaria había un encargado de vender y receptar las publicidades, pero en los nuevos cambios se manejan las redes sociales como fuente principal de marketing.
  
- También con las nuevas adaptaciones para satisfacer las nuevas necesidades de solo escuchar la información se puede acceder a fotos a fotografías en 3d, entrevistas por Facebook live, videos, podcast, trivias entre otros en tiempo real, dejando atrás las viejas transmisiones, pero con bases principales con la cual inicio Radio Libre.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



**4. RECOMENDACIONES**

- El rango de edad de audiencia es alrededor de 30-60 años los cuales son personas que crecieron con la Radio Libre, sin embargo, se debe de implementar nuevos segmentos que atraigan a la juventud además de participar en coberturas que integren aspectos actuales para aumentar oyentes, así mismo invitar a celebridades juveniles que mantengan relación con las nuevas tendencias.
  
- La Radio Libre ha mantenido una evolución constante para poder satisfacer las nuevas necesidades, por lo que expandir las redes sociales como Instagram, Twitter, cortos de TikTocks los cuales son las mas usadas para aumentar la diversificación de audiencia.
  
- Es importante que la empresa se actualice para poder avanzar y conocer las nuevas demandas tecnológicas, la sociedad es cambiante por lo que un retraso puede ocasionar un cierre de la radio ya que cada vez se vuelven más obsoletas.



## **5. BIBLIOGRAFÍAS**

Castellano, L. (21 de 01 de 2022). *Free Contec*. Obtenido de <https://www.ipp.edu.pe/blog/ipos-de-medios-de-comunicacion/>

Castro, H. (2020). Obtenido de [https://roa.cedia.edu.ec/webappscode/46/evolucion\\_de\\_los\\_medios\\_de\\_comunicacin.html](https://roa.cedia.edu.ec/webappscode/46/evolucion_de_los_medios_de_comunicacin.html)

Cojti, e. (11 de 02 de 2021). Obtenido de <https://www.culturalsurvival.org/news/la-importancia-de-la-radio-comunitaria-en-la-era-digital>

Federal Commucation commision. (2022). *FC*. Obtenido de [https://www.fcc.gov/consumers/guides/la-radio-digital#:~:text=La%20radio%20digital%20es%20la,de%20discos%20compactos%20\(CDs\).](https://www.fcc.gov/consumers/guides/la-radio-digital#:~:text=La%20radio%20digital%20es%20la,de%20discos%20compactos%20(CDs).)

IMPORTANCIA. (2020). Obtenido de <https://www.importancia.cc/medios-de-comunicacion/>

JOVENES DE HOY . (16 de 09 de 2018). *PERIODIO DE LOS JOVENES DE HOY*. Obtenido de <https://www.periodicodigitalgratis.com/15598/clasificacion-de-los-medios-de-comunicacion-con144215>

Medina, R. (6 de 9 de 2022). Obtenido de <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-en-ecuador-2021-2022/>

Muguira, A. (2020). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



Muniz, L. (19 de 06 de 2019). *Rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/medios-de-comunicacion/>

Olcese, C. R. (2019). Obtenido de

[https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/2386/1a%20era%20digital%20de%20la%20radio.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=a\)%20Radio%20por%20Internet%3A%20Fue,en%20una%20emisora%20an%C3%A1loga%20tradicional.](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/2386/1a%20era%20digital%20de%20la%20radio.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=a)%20Radio%20por%20Internet%3A%20Fue,en%20una%20emisora%20an%C3%A1loga%20tradicional.)

Pecino, B. R. (02 de 04 de 2020). *Ayuda en Acción*. Obtenido de

<https://ayudaenaccion.org/blog/derechos-humanos/importancia-radio-desarrollo/>

Prado, R. L. (2021). Obtenido de

<https://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html#:~:text=En%20sentido%20m%C3%A1s%20espec%C3%ADfico%2C%20el,informaci%C3%B3n%20pertinente%20para%20la%20investigaci%C3%B3n.>

Robles, M. L. (2020). Obtenido de [file:///C:/Users/anita/Downloads/376438-](file:///C:/Users/anita/Downloads/376438-Text%20de%20l'article-543568-1-10-20201123.pdf)

[Text%20de%20l'article-543568-1-10-20201123.pdf](file:///C:/Users/anita/Downloads/376438-Text%20de%20l'article-543568-1-10-20201123.pdf)

Santander Universidades. (2021). Obtenido de [https://www.becas-](https://www.becas-santander.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html)

[santander.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html](https://www.becas-santander.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html)

TODAMATERIA. (15 de 03 de 2022). *BLOG DE ESTUDIO*. Obtenido de

<https://www.todamateria.com/medios-de-comunicacion/>



## ANEXOS

### **Anexo 1. Entrevista locutor de Radio Libre**

#### **Seguimiento al medio de comunicación Radio Libre.**

En esta indagación se me hizo necesario realizarle una entrevista a uno de los locutores que pertenece a la programación de Radio Libre cuya identidad quiso mantenerla en reserva, para conocer así su exitosa producción.

#### **¿Cuáles fueron los obstáculos que encontró al pertenecer por primera vez a una radioemisora y el avance que tuvo a lo digital?**

En la vida siempre se presentan inconvenientes, pero depende de ti como puedes presentarte ante ellos, prácticamente me atrevo a decir que obstáculos no encontré en mi vida, porque siempre estuve con una mente muy positiva y quizás algunos tropezones como personas que me decían que me iban a dar la publicidad y al llegar el momento no me la daban, personas que yo tenía que ir a entrevistar a una hora determinada y me decían que ese día no por algún motivo que vaya otro día y de allí no encontré ningún otro obstáculo, eran cosas extremadamente sencillas, más eran mis ganas de trabajar, de sacar adelante este proyecto y seguir aprendiendo de cada uno de los integrantes y eso hizo que venciera todos los pequeños obstáculos que pudieron presentarse.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



**Según las opiniones comentadas por los oyentes ¿Cuál fue la reacción de ellos sobre esta escala a lo digital?**

Se podría decir que no hubo obstáculo porque a pesar de las adversidades seguíamos transmitiendo y realizando en vivos desde casa, debido a que afortunadamente vivimos en la parte superior de la radio. También agrego que a las personas en Babahoyo nos unen mucho el sentimentalismo y me atrevo a decir que el 50% de los oyentes son los mismos que siempre hemos tenido y también hay una generación nueva que nos escucha y nos sigue en las redes sociales. Tengo otro público que siguen las emisiones de la radio, y son personas de 20, 30, y hasta 60 años etc.

**¿Cuál va a ser el futuro de Radio Libre?**

El futuro de la radio; está ya enfocada en lo digital porque tiene la facilidad de expandirse a otros países. Es una puerta abierta para el Ecuador que quieran conocer y también para que conozcan nuestra identidad como las costumbres y tradiciones, informando con veracidad y convicción, para la satisfacción de los oyentes.



**Anexo 2. Entrevistas a usuarios de Radio Libre**

**Fecha:** 10/03/2023

**Hora de Inicio:** 15:00 pm

**Lugar:** Exteriores (ECU 911)

**Comandante Joffre Camacho –37 años (fiel oyente de la radio)**

Pregunta	Respuesta
<b>¿Desde cuándo usted escucha la radio?</b>	Recuerdo que fue en el año 2010. Cuando estaba buscando una emisora y me encontré con esta que emitía noticias locales.
<b>¿Qué reacción tuvo usted en el proceso de avance de la emisión a las redes?</b>	Fue muy agradable al ver que ya estamos avanzando tecnológicamente.
<b>Usted ¿Qué recomendaría a los locutores de la radio?</b>	No les recomendaría nada ya que ellos para mi informan con veracidad.





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



**Fecha:** 10/03/2023

**Hora de Inicio:** 15:30 pm

**Lugar:** Babahoyo (ECU 911)

**Lcda. Gisella Garcés – 52 años (fiel oyente de la radio)**

Pregunta	Respuesta
¿Desde cuándo usted escucha la radio?	Tengo más de un año escuchando la radio y ahora la sigo en Facebook
¿Qué reacción tuvo usted en el proceso del avance de la emisión a las redes?	Para mí no fue tan difícil seguir pero me toco aprender a manejar las redes
¿Qué recomendaría a los locutores de la radio?	Que se sigan capacitando más para que salgan adelante en su radio.

**Fecha:** 12/03/2023

**Hora de Inicio:** 16:00 pm



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



**Lugar:** Babahoyo, (casa)

**Lcda. Marlene Jácome – 62 años (oyente de la radio)**

Pregunta	Respuesta
<b>¿Desde cuándo usted escucha la radio?</b>	Hace mucho tiempo más de 5 años escuchándolos en la radio.
<b>¿Qué reacción tuvo usted en el proceso del avance de la emisión a las redes?</b>	Fue difícil porque yo no sabía manejar las redes, pero gracias a mi nieta que me ayuda los veo en Facebook.
<b>¿Qué recomendaría a los locutores de la radio?</b>	Les recomendaría que sigan adelante con su proyecto, y enfocados a lo informativo.

**Fecha:** 12/03/2023

**Hora de Inicio:** 16:30 pm

**Lugar:** Babahoyo, exteriores.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



**Sr. Juan Andaluz – 55 años (fiel oyente de la radio)**

Pregunta	Respuesta
<b>¿Desde cuándo usted escucha la radio?</b>	Tengo escuchando la emisora ya hace 9 años me gusta porque siempre informan bien. Diciendo la verdad y están al tanto de las noticias locales.
<b>¿Qué reacción tuvo usted en el proceso del avance de la emisión a las redes?</b>	Todavía sigue siendo difícil, pero tengo que agradecer a mi hija que me ayuda verlos por las rede sociales.
<b>¿Qué recomendaría a los locutores de la radio?</b>	Les recomendaría que no dejen su profesionalismo a un lado. Y que sigan informado como lo hacen.

**Fecha:** 12/03/2023

**Hora de Inicio:** 17:00 pm

**Lugar:** Babahoyo, (exteriores del municipio).

**Lcdo. Manuel Calderón (fiel oyente de la radio)**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



Pregunta	Respuesta
<b>¿Desde cuándo usted escucha la radio?</b>	Tengo escuchando la radio casi desde que salió su emisión
<b>¿Qué reacción tuvo usted en el proceso del avance de la emisión a las redes?</b>	Me impacto mucho porque esta pandemia nos obligó prácticamente a evolucionar y a actualizarnos.
<b>¿Qué recomendaría a los locutores de la radio?</b>	Considero que por ahora van muy bien, no tengo mucho que aconsejarles porque me gusta su manera de informar. Solo les diría que se sigan capacitándose, para mejorar día a día su estilo informativo.

**Anexo 3. Fotos de las entrevistas**



*Imagen 1: Entrevista, comandante Joffre Camacho*



*Imagen 2: Entrevista, Lcda. Gisella Garcés*





*Imagen 3: Entrevista, Lcda. Marlene Jácome*



*Imagen 4: Entrevista, Sr. Juan Andaluz*



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**



*Imagen 5: Entrevista, Lcdo. Manuel Calderón*



#### **Anexo 4. Historia de Radio Libre**

El 18 de enero del 2002 se constituye la CIA. RASELDU SA, que bajo la representación legal del Ing. Denis Cabrera Loaiza y como Socio el Accionista Econ. Williams Oñate, emprenden la dura tarea de solicitar una frecuencia de radio para servir a la provincia de Los Ríos.

En abril del 2002 se envía la solicitud de frecuencia debidamente sustentada, la misma que es negada en agosto del mismo año, se vuelve a solicitar la frecuencia en julio del 2003 y se nos otorga la misma el 30 de junio del 2004, pero ante la caída del gobierno de Lucio Gutiérrez se detiene el proceso y luego por una impugnación mal fundada de otro medio de comunicación se obtiene la escritura definitiva de uso de frecuencia el 13 de febrero del 2006.

Y es así que el 4 de agosto del 2006 a las 21h20 emite por primera vez su señal desde el cerro Cochabamba RADIO LIBRE 93.9 FM. Los acordes de la canción “no puedo imaginarme tu grandeza” del grupo cristiano Vertical, se escuchaban por primera vez en la citada frecuencia y los técnicos Gino Cruz y Miguel Cabrera junto al Ing. Denis Cabrera emprenden el descenso del cerro a la media noche de aquel tan recordado día.

Actualmente, Radio Libre 93.9 continúa emitiendo su señal desde la Capital de la Provincia de Los Ríos, con el objetivo de informarte, divertirti y aprender con nosotros.