

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO



PROYECTO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

**DINÁMICAS PERIODÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
RADIOFÓNICOS EN EL ESCENARIO DIGITAL**

AUTORAS:

SORIANO ALARCÓN MARYLIN MAYERLY

SOLORSANO SANCHEZ ZULLY

MICHELLE

TUTORA:

MSC. DAHIK CECILIA

BABAHOYO - LOS RÍOS - ECUADOR

2023 - 2024

AGRADECIMIENTO

Agradecemos infinitamente a Dios, por guiarnos y darnos la fuerza que necesitamos en la vida y en cada meta que nos proponemos cumplir.

Nos sentimos profundamente agradecidas con nuestros familiares, quienes han estado presente en todo momento, frente a cualquier circunstancia a lo largo de este proceso de formación académica, agradecemos por darnos el valioso ejemplo de esfuerzo y dedicación, sobre todo por la oportunidad de estudiar y estar con nosotros durante esta etapa.

Agradecemos con un mérito especial a nuestros compañeros por formar parte de un proceso maravilloso, que conlleva estudiar y adquirir nuevos conocimientos, con quienes compartimos a diario nuevas experiencias y completamos nuevos retos, a quienes reconocemos como buenos compañeros, empáticos, solidarios y sobre todo grandes exploradores.

Agradecemos a nuestros docentes, por compartir su material con nosotros, enseñarnos y corregirnos cuando nos equivocamos, por guiarnos con conocimiento que nos sirven ahora y nos servirán en el futuro como profesionales.

DEDICATORIA

Autor 1: Marylin Mayerly Soriano Alarcón

Dedico los frutos y esfuerzos de este trabajo a Dios, quien me ha dado la fuerza y la sabiduría para encontrar el camino correcto y necesario para llevar a cabo este proceso. También agradezco a toda mi familia, precisamente a mis padres, mis abuelos, hermanos, mi tía que me apoyan en todo momento y han estado conmigo durante esta trayectoria, por ser mi mayor motivación y por siempre estar presente de manera física, emocional y económica. También me gustaría dedicar este trabajo a mis colegas y profesores por su acompañamiento, comprensión, determinación y apoyo durante este periodo académico.

Autor 2: Zully Michelle Solorsano Sanchez

Le dedico el resultado y esfuerzo de este trabajo a Dios por brindarme fortaleza y sabiduría para encontrar los caminos adecuados que requirieron realizar este proceso, además agradezco a toda mi familia, principalmente, a mis padres, y mis hermanos quienes me ha apoyado y me ha contenido los momentos más difíciles y de arduo trabajo, por si mi pilar más fuerte y estar presente, física, emocionalmente y económicamente. Además, me gustaría expresar mi agradecimiento y dedicarles este esfuerzo y arduo trabajo a mis compañeros y docentes por su paciencia, comprensión, empeño y acompañamiento durante este último periodo escolar de nuestra formación superior.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO
CARRERA DE COMUNICACIÓN (REDISEÑADA)



AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Nosotras, **Soriano Alarcon Marylin Mayerly** portadora de la Cédula de Ciudadanía # **0951418862** y **Solorsano Sanchez Zully Michelle** portadora de la Cedula de ciudadanía # **1207670769**, estudiantes de las tutorías del Informe Final, previo a la Obtención del Título de Licenciada en Comunicación, declaramos, que nosotras autoras del informe final del proyecto de investigación, el mismo que es original auténtico y personal, con el tema:

**DINÁMICAS PERIODÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
RADIOFÓNICOS EN EL ESCENARIO DIGITAL**

La Universidad Técnica de Babahoyo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad Institucional vigente.

Atentamente

Soriano Alarcon Marylin Mayerly

Solorsano Sanchez Zully Michelle

AUTORAS

CERTIFICADO DE COPILATIO



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

PFSS123

7%
Textos sospechosos



5% Similitudes

< 1% similitudes entre comillas

2% entre las fuentes mencionadas

< 1% Idiomas no reconocidos

1% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: PFSS123.docx
ID del documento: fb71631bfe16a908973b050036cdab00a82050d5
Tamaño del documento original: 285,44 kB

Depositante: DAHIK SOLIS CECILIA ELIZABETH
Fecha de depósito: 29/2/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 29/2/2024

Número de palabras: 11.374
Número de caracteres: 74.415

Ubicación de las similitudes en el documento:



ÍNDICE DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO	2
RESUMEN	8
ABSTRACT.....	9
CAPÍTULO I	10
INTRODUCCIÓN	10
1.1 contextualización de la situación problemática.....	10
1.2. Planteamiento del problema	16
1.3. Justificación	17
1.4. Objetivos de investigación.....	19
1.5. Hipótesis.....	19
CAPÍTULO II.....	20
MARCO TEÓRICO.....	20
2.1. Antecedentes	20
2.2. Bases teóricas.....	21
CAPÍTULO III.....	28
METODOLOGÍA.....	29
3.2. Operacionalización de variables.....	29
3.3. Población y muestra de investigación	30
3.4. Técnicas e instrumentos de medición	30
3.5. Procesamiento de datos	33
3.6. Aspectos éticos	33
CAPITULO IV.....	34
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	35
4.1 Resultados.....	35
4.2 Discusión	46
CAPÍTULO V	47
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	48
5.1 Conclusiones	48
5.2 Recomendaciones	50
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	50

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1.....	55
Presupuesto	55
ANEXO 2.....	57
Cronograma.....	57
FICHA DE OBSEVACIÓN	59
ANEXO 4.....	61
GUIA DE ENCUESTA	61
ANEXO 5.....	63
SOLICITUD PARA EL INGRESO A LAS INSTALACIONES	63
ANEXO 6.....	64
AUTORIZACIÓN PARA EL INGRESO A LAS RADIOS.....	65
ANEXO 7.....	69
RECORRIDO POR LAS INSTALACIONES DE RADIO	69
ANEXO 8.....	75
FICHAS DE OBSERVACIÓN	75
ANEXO 9.....	80
RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	80

RESUMEN

El presente estudio de caso se enmarca en la línea de investigación del fortalecimiento e innovación de las dinámicas periodísticas de los medios de comunicación radiofónicos en el escenario digital, los desafíos actuales de los periodistas, los canales de difusión más utilizados y las habilidades necesarias de los periodistas dentro de este campo. El diseño metodológico utilizado corresponde a un enfoque mixto, desde una perspectiva interpretativa, se buscó evaluar el escenario digital, las dinámicas periodísticas de los medios de comunicación radiofónico en el significado de una experiencia, así mismo es heurístico, ya que intenta despertar el interés del lector acerca el exponente social por objeto de estudio. Es de tipo fenomenológico, debido que, por medio del acercamiento al campo podemos hacer un análisis de la parte subjetiva y objetiva de los individuos, por otra parte, es de corte longitudinal, pues se recopilan los datos para construir la información. Dentro de esta investigación se toma en cuenta como población a los miembros del personal de la institución, y los instrumentos de recopilación de datos las fichas de observación, la encuesta y la revisión documental, con el fin de analizar los diferentes contextos que comprenden a las emisoras N Radio, Radio LIBRE, Radio Fluminense y Radio LIFE, a través de los resultados obtenidos se pudo desarrollar las respectivas interpretaciones que fue el punto de partida para identificar las habilidades periodísticas, los medios de difusión más utilizados y los desafíos que enfrentan en la actualidad los periodistas en el escenario digital.

Palabras claves: *dinámicas periodísticas, medios radiofónicos, escenario digital, investigación, medios de comunicación*

ABSTRACT

The present case study is framed in the line of research of the strengthening and innovation of the journalistic dynamics of the radio media in the digital scenario, the current challenges of journalists, the most used dissemination channels and the necessary skills of the journalists. The methodological design used corresponds to a mixed approach, from an interpretive perspective, it sought to evaluate the digital scenario, the journalistic dynamics of the radio media in the meaning of an experience, it is also heuristic, since it tries to illuminate the understanding of the reader about the social phenomenon under study. It is phenomenological in nature, because, by approaching the field, we can make an analysis of the subjective and objective part of the individuals; on the other hand, it is longitudinal, since the data are collected to construct the information. Within this research, the members of the institution's staff are taken into account as the population, and the data collection instruments are the observation sheets, the survey and the documentary review, in order to analyze the different contexts that comprise the stations N Radio, Radio LIBRE, Radio Fluminense and Radio LIFE, through the results obtained it was possible to develop the respective interpretations which was the starting point to identify the journalistic skills, the most used media and the challenges they face in the journalists in the digital scenario today.

Keywords: journalistic dynamics, radio media, digital scenario, research, media

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 contextualización de la situación problemática

Es bien sabido que, en la era digital, los medios de comunicación radiofónicos han logrado experimentar una transformación bastante favorable en sus dinámicas periodísticas, pues la llegada del Internet y las nuevas tecnologías, a lo largo de las últimas décadas, han abierto un abanico de posibilidades para el mundo de la radio, permitiendo una mayor interacción con la audiencia y una amplificación de su alcance. Siendo así, la radio, ha ido experimentado una progresiva evolución en la era digital, adaptándose a las tecnologías emergentes y a los cambios en los hábitos de consumo de medios, todo eso gracias a que ahora muchas emisoras de radio ofrecen transmisiones en línea, permitiendo a los oyentes sintonizar el canal desde cualquier parte del mundo por medio del internet y las redes sociales, tomando en cuenta el gran auge que los podcasts ha brindado a los oyentes, para tener la capacidad de acceder a contenido específico bajo demanda, sin embargo aún existen emisoras tradicionales, que menudo ofrecen programas como podcasts, y hay una proliferación de productores independientes.

En la actualidad, ciertas estaciones de radio han adoptado la tecnología HD Radio, que ofrece calidad de sonido mejorada y capacidad para transmitir múltiples señales en una frecuencia, pues en algunas regiones, la radio digital terrestre ha ido reemplazando de forma gradual, las transmisiones analógicas, facilitando una mejor calidad de audio y más opciones de programación, sin embargo aún hay plataformas que emplean el uso de algoritmos para personalizar la experiencia del usuario, recomendando programas y música basándose en las preferencias individuales, estos programas pretenden fomentar la participación del oyente a

través de llamadas telefónicas, mensajes de texto y redes sociales, creando una experiencia más interactiva.

Con el aumento de aparatos tecnológicos, las emisoras han desarrollado aplicaciones digitales que permiten a los oyentes sintonizar en cualquier lugar y momento a través de sus dispositivos celulares, para esto, las emisoras utilizan análisis de datos para comprender mejor el comportamiento de la audiencia, lo que ayuda en la toma de decisiones y la adaptación de la programación, por lo que este escenario, se considera que ha sido la mejor estrategia innovadora para adaptarse a las demandas de una audiencia y no perder su funcionamiento. Los Podcast, la radio en línea y las aplicaciones móviles se han desarrollado y convertido en herramientas clave para llegar a un público más amplio y diverso, como lo menciona Sánchez (2021), “La interactividad comprende a ser uno de los semblantes más definidos de las dinámicas periodísticas en la moderna radio digital”.

En ese sentido, desde la posición de los oyentes, se puede realizar una participación activa frente a los programas, por medio de llamadas telefónicas, mensajes de texto, redes sociales y otras plataformas de comunicación en línea. Esto ha permitido una mayor retroalimentación y participación de la audiencia, creando una experiencia más personalizada y enriquecedora, inclusive, hoy en día la radio digital ha ampliado e implementado las posibilidades de distribución y consumo de contenido. Los programas de radio ahora pueden ser transmitidos en vivo por medio de Internet, lo que permite a los oyentes acceder a ellos en cualquier momento y desde cualquier lugar. Abriendo paso a la creación de Podcast, los cuales han permitido a los medios de comunicación radiofónicos ofrecer contenido bajo demanda, adaptándose a los horarios y preferencias de la audiencia.

Por tal razón, este proyecto contará con capítulos en dónde el capítulo I, contará con la introducción, en la que se detallarán puntos como la contextualización de la situación

problemática, en su contexto internacional, nacional y local, el planteamiento del problema, la justificación, objetivos y la hipótesis, posteriormente dentro del capítulo II, dentro del marco teórico, se indicarán los antecedentes y las bases teóricas, por otro lado en el capítulo II, en la parte metodológica, se expondrá el tipo y diseño de la investigación, la operacionalización de variables, población y muestra, las técnicas e instrumentos de medición, procesamiento de datos y aspectos éticos, por otro lado en el capítulo IV se manejará el presupuesto y cronograma y por último conclusiones y recomendaciones, considerando que este trabajo contará como principal objetivo, evaluar las dinámicas periodísticas de los medios de comunicación radiofónico en el escenario digital, tomando en cuenta los desafíos actuales de los periodistas de los medios de comunicación radiofónicos que enfrentan en el escenario digital, además de los canales de difusión más utilizados por los medios de comunicación y las habilidades necesarias que deben tener los periodistas en el campo de la comunicación.

La estructura general que presenta el estudio de caso se genera en varios capítulos los cuales se detallaran a continuación:

Capítulo I Introducción. - Parte de una visión general de la problemática, en la cual se consideraron aspectos en diferentes niveles macro, meso y micro, asimismo en este capítulo se plantea los objetivos generales y específicos que se desean alcanzar, lo que a su vez determina el nivel de la investigación; por último, se menciona la justificación del estudio de caso en la que se detalla el cómo aportará el estudio de caso a los conocimientos de los investigadores y que resultados se dan en beneficio del estudiante.

Capítulo II Marco Teórico. - En este capítulo se toma en consideración investigaciones previas realizadas en base a la problemática, para esto se toma en consideración documentos emitidos en los últimos años a nivel de América latina, de tal manera que se pueda tener una visión integral de cómo ha sido abordada la problemática desde diferentes

perspectivas, para finalizar se tomará en cuenta un marco conceptual en el cual se enmarcará diferentes constructos para entender de una manera integral la problemática.

Capítulo III Metodología. - En este capítulo se parte por describir de manera precisa el diseño, tipo de investigación, nivel de profundidad del estudio, operacionalización de las variables, instrumentos de recopilación de datos, para la validación y confianza de instrumentos, procedimiento de la investigación, recolección de la información, procesamiento de datos y aspectos éticos

Capítulo IV Resultados y Discusiones. – El capítulo presenta de manera general los resultados obtenidos en base a la ficha de observación, la revisión documental y la encuesta, se plantea una interpretación general de los apartados planteados mediante los instrumentos de recopilación de datos, por otro lado en la discusión, de acuerdo a los datos obtenidos, se valorarán los alcances de la investigación, los nuevos conocimientos y las mejoras evidenciadas.

Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones. - El capítulo plantea la respuesta al objetivo general planteado y objetivos específicos las conclusiones realizadas deben tener concordancia con los objetivos planteados, se plantea una visión integral de los resultados en la ficha de observación y la encuesta del personal de las 4 radios tomadas como muestras, durante el desarrollo la investigación; por otra parte, se toma en cuenta las limitaciones presentadas durante este proceso. Por último, se toma en consideración las recomendaciones que se tienen en relación al estudio de caso planteado, y a los avances en las dinámicas periodísticas de los medios de comunicación radiofónicos en el escenario digital.

1.1.1. Contexto Internacional

En la modernidad, los medios de comunicación se han transformando debido al desarrollo y el gran impacto de la llegada de la tecnología en información y de comunicaciones, pues la revolución digital y a la aparición de nuevos medios digitales han dejado atrás con el paso de los años a lo tradicional, por otro lado, en relación a la continuidad, el desarrollo del trabajo, sus contenidos, la propia producción, distribución y sobre todo el consumo de información, se ha convertido en un nuevo escenario totalmente contemporáneo, siendo este posicionado en sus diferentes dimensiones, en la propagación de nuevas herramientas estrategias y formas de aceptación al público, difusión e interacción que requiere de profesionales capaces de superar nuevos desafíos desde una visión humana, social y sobre todo tecnológica, tomando en cuenta las excesivas exigencias que recae desde la audiencia, sus intereses y forma de interpretar la información (Zambrano Ayala, 2021).

Si bien es cierto, los medios de comunicación tienen que pasar por un proceso de convergencia de contenidos para su transferencia al público, esto por medio del ingreso y posicionamiento de las redes sociales y diversas plataformas digitales, llevando a los medios, a utilizar la radio a adaptar sus productos para transmedia y así adaptarse al escenario digital, por lo que ha sido evidente que muchos canales de difusión oyente han tenido que cerrar en diversas regiones del mundo, ya que no han logrado adaptarse a los cambios que trae consigo la tecnología y la modernización.

1.1.2. Contexto Nacional

Según los autores Martínez y Castro (2017), en su investigación mencionan que “los medios radiofónicos se han encontrado en una mutación para poder adaptarse a la era digital para abrirse espacio y generar interacción con audiencias en las multiplataformas lo que garantiza la permanencia en las preferencias del público”, mismo que pretenden transmitir que

la radio se encuentra en pleno proceso evolutivo, busca adaptarse al avance tecnológico, ya que la mezcla de la radio con las diferentes plataformas digitales, en la actualidad, certifican la estabilidad en las referencias y lo que le llama la atención del público y su eventualmente su uso en relación a la programación de una estación de radio, favorece el proceso que conlleva un dialogo establecido con una determinada audiencia.

Por otro lado, en la investigación dirigida por Alarcón, realizada en la universidad de Guayaquil en 2023 se aplicó un muestreo que permitió determinar el número de personas necesarias para el estudio, mediante la aplicación de diferentes instrumentos para recopilación de datos, tales como entrevistas y encuestas, en los cuales se determinó que, las personas están conectadas a Internet de manera continua y por arriba del tiempo establecido como “normal”, en ese sentido, la gestión de comunicación de la plataforma no afecta la programación emitida, desde hace varios años, pues el hecho de que el progreso tecnológico haya comenzado antes es motivo de preocupación.

1.1.3. Contexto Local

La radio desde el momento de invención ha estado en constante evolución y con la llegada de la nueva era del Internet y lo multimedia esta ha tenido que adaptarse para no desaparecer creando nuevas formas de hacer de radio, acogiendo nuevas herramientas de comunicación que surgen con el Internet como son las redes sociales las cuales permiten nuevas formas de interacción, para acercar a sus usuarios y sus programas radiofónicos.

De acuerdo a la investigación realizada por Burgos (2022), sobre transición de radio Análoga a Radio Digital indican que el público de estudiada emisora del Cantón Babahoyo, Provincia de Los Ríos, regularmente mantiene una interacción entre el contenido impartido por parte de la radio, sin embargo, para que se lleve a cabo este proceso es necesario contar con un grupo de profesionales en el área que presenten las principales características que recaen sobre

un locutor, tales como el carisma, el sentimiento al transmitir un mensaje, que despierte las emociones del oyente por medio del micrófono. Los radioyentes tienen mayormente interacción en los programas que son emitidos y retransmitidos por medio de la web, siendo plantados en la plataforma de Facebook, debido a que es la red social más usada a nivel mundial y por ende el público pasa más tiempo navegando en ella, tienen mayor sintonía en la radiodifusión análoga al momento de hacer pedidos especiales ya sea la difusión de un tema específico, tema musical o recomendaciones, debido a que se les hace más fácil sintonizar a una hora especial de su preferencia; según el testimonio de los profesionales en el área radial, por ende, provoca que se generen situaciones a favor y en contra durante el proceso

1.2. Planteamiento del problema

En el escenario mediático actual, la transformación digital ha impactado significativamente en las dinámicas periodísticas de los medios de comunicación radiofónicos, este cambio se manifiesta por medio de diversas cuestiones que plantean retos y desafíos, tanto para los profesionales del periodismo, como para las propias instituciones radiofónicas, por lo que para poder entender las dinámicas del desarrollo de las nuevas dinámicas es necesario saber cómo ha evolucionado la producción y presentación de contenidos periodísticos en los medios de comunicación radiofónicos con la introducción de plataformas digitales y cómo influyen las tendencias digitales en la selección y tratamiento de las noticias en la radio.

Dentro de este tema es muy importante identificar los canales de difusión preferidos y más eficaces utilizados por los medios de comunicación radiofónica en el ámbito digital con los cuales se ha podido adaptar para lograr una mejor difusión de contenido y cómo se han adaptado las estrategias de difusión a las plataformas online y redes sociales, además de identificar los principales obstáculos que enfrentan los periodistas de los medios radiofónicos

al trabajar en el entorno digital, cómo afecta la inmediatez y la constante actualización de noticias en la calidad del trabajo periodístico radiofónico.

Por lo que para determinar las habilidades y competencias digitales son esenciales para los periodistas de los medios radiofónicos en el contexto digital, cómo impacta la formación y actualización continua en la capacidad de los periodistas para enfrentar los desafíos tecnológicos y de comunicación en el ámbito radiofónico. Es por ello que para poder resolver todas estas incógnitas es crucial identificar y analizar las transformaciones, desafíos y demandas que la era digital ha impuesto en los medios de comunicación radiofónica, así como las habilidades necesarias para que los periodistas se adapten a este nuevo paradigma y mantengan estándares de calidad en su labor informativa.

1.3. Justificación

El presente proyecto de investigación, se enmarca en el campo de la comunicación, esta investigación sobre las dinámicas periodísticas de los medios de comunicación radiofónicos en el escenario digital se basa en la necesidad de comprender y analizar cómo ha evolucionado el periodismo radiofónico en el contexto de la era digital, por otro lado, es significativo destacar que el avance de la tecnología ha transformado la forma en que consumimos información y nos comunicamos, la radio, como medio de comunicación tradicional, ha tenido que adaptarse a estos cambios para mantener su relevancia y competitividad en el panorama mediático actual.

El escenario digital ha abierto nuevos espacios promoviendo oportunidad y creando desafíos para la comunidad radial, pues por una parte ha generado la expansión de su alcance, es decir que se ha difundido en todos los medios existentes en la actualidad, siendo estos por medio de transmisiones en vivo y la disponibilidad de contenido bajo petición del público, es por ello que todos estos alcances tecnológicos y contemporáneos ha conducido a una mayor

diversidad en relación a las audiencias y a la posibilidad de llegar hasta personas en todos los rincones del mundo, en este sentido, esta investigación acerca de las dinámicas periodísticas de los medios de comunicación radiofónicos en el escenario digital, busca analizar cómo se han adaptado y transformado las prácticas periodísticas en sus diferentes contextos, se pretende examinar las estrategias utilizadas por los medios de comunicación radiofónicos para mantener su relevancia y atraer a las audiencias digitales, así como los desafíos y oportunidades que enfrentan en este proceso.

En base a esta información, es destacable mencionar que esta investigación radica en la necesidad de comprender y analizar cómo los medios de comunicación radiofónicos han evolucionado en el escenario digital, adaptándose a los cambios tecnológicos y a las demandas de las audiencias. Esto permitirá obtener conocimientos valiosos sobre las dinámicas periodísticas en este contexto y contribuir al desarrollo y mejora de la práctica periodística radiofónica en la era digital.

Para que se pueda llevar a cabo el estudio de caso se ha tenido en cuenta, el acceso al campo anticipado y los permisos correspondientes, entre los que se encuentran los siguientes: el convenio que tiene la Universidad Técnica de Babahoyo con las diferentes instituciones, el compromiso y disposición de los individuos de los distintos contextos en los que se desenvuelve los miembros del campo comunicativo, siendo en el contexto periódico, los locutores, estudiantes de comunicación, periodistas, la radio y los medios de comunicación, las diferentes fuentes bibliográficas como principal fuente de información, así también el tiempo requerido para la aplicación de las encuestas, fichas de observación y entrevistas respectivas. Además de contar con los recursos humanos antes mencionados, también se tuvo total acceso a los instrumentos aplicados, así como aquellos recursos tecnológicos que se fueron requiriendo a lo largo del proceso investigativo.

1.4. Objetivos de investigación

1.4.1. Objetivo general

Analizar las dinámicas periodísticas de los medios de comunicación radiofónica en el escenario digital.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar los canales de difusión más utilizados por los medios de comunicación radiofónicos en el escenario digital.
- Examinar los desafíos actuales de los periodistas de los medios de comunicación radiofónicos que enfrentan en el escenario digital.
- Determinar las habilidades necesarias de los periodistas de los medios de comunicación radiofónicos en el escenario digital.

1.5. Hipótesis

El escenario digital influye de manera significativa en las dinámicas periodísticas de los medios de comunicación radiofónico.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

La tecnología influye en el presente y en el futuro del periodismo. La radio, como todos los medios, está sometida a los cambios tecnológicos. Las innovaciones en los procesos de distribución en la web han multiplicado la acción radiofónica y el mensaje, también el informativo, se ha fragmentado.

El artículo denominado realizado por Martínez & Gárate, en el que se expone que:

El dinamismo que han tenido estos medios para adaptarse los cambios que se han presentado en la era digital, Los Podcast de noticias están quedándose con el completo interés de las sociedades periodísticas a medida se da el crecimiento de su consumo, que se espera a que sea mayor, a través que se generalice la constitución de las instalaciones tecnológicas. Esta nueva forma de modalidad para el acceso a contenidos informativos, brinda paso a nuevas oportunidades de narraciones para contar con los datos por medio del audio y por ende, puedan ayudar a consolidar el auge informativo de las masivas marcas periodísticas que se desarrollan en el entorno digital. Este trabajo es una primera aproximación teórica al fenómeno de los denominados '*daily news podcasts*', su definición, sus características y sus peculiaridades narrativas (Martínez & Gárate, 2019).

Tomando en cuenta que los medios, que aún arrastran los pies por el peso del papel, se han visto obligados a priorizar la transformación digital. Sin embargo, la dinámica de los acontecimientos les está llevando a acometer los cambios de forma poco ordenada e incluso precipitada, sin una estrategia definida y sin repensar en profundidad su rol en el actual panorama digital.

El artículo denominado "La radio en el escenario digital", realizado por Rivadeneyra & Vidal, en el que se menciona que:

Las tecnologías digitales han transformado la producción, distribución y adquisición de contenidos de radiodifusión, así como el consumo de la radiodifusión en sí, por lo que presentamos a la radiodifusión una era digital en la que las estrategias y posibilidades

estéticas de los contenidos de audio adquieren nuevas sensibilidades y prácticas sociales. Las retransmisiones se vuelven re- El estatus más profundo que define esta forma aún nueva de comunicación.

Este artículo afirma que los nuevos medios intentan informarnos sobre la mejora, el desarrollo y la potenciación de las capacidades humanas, pero los medios no están diseñados para ampliar las capacidades sino para adaptarse a los humanos. Esta adaptación refleja las aspiraciones de la industria y las necesidades y gustos de los usuarios, donde las radios se están trasladando a espacios digitales inesperados y, en algunos casos, encuentran nuevos lugares a través de la conectividad que ofrece Internet.

2.2. Bases teóricas

Escenario digital

Con la llegada del internet, la práctica del periodismo ha sufrido cambios que los jóvenes profesionales deben afrontar. Las plataformas de práctica del periodismo digital ofrecen otra forma de investigar, preparar y publicar noticias y reportajes. De hecho, según varios teóricos del tema, el periodismo tradicional está destinado a adaptarse a los nuevos mecanismos del mercado o desaparecer, a medida que los usuarios pasan de ser individuos pasivos que simplemente consumen información a participar en ella expresando opiniones y siendo individuos proactivos que brindan sugerencias e informes críticos (Coudart, 2019).

Los contenidos creados de acuerdo con las nuevas dinámicas de Internet y las redes sociales deben cumplir con varias características que satisfagan las nuevas necesidades de los consumidores. La multimedia y la transversalidad se han vuelto imprescindibles a medida que los usuarios gestionan diferentes plataformas de red con características muy específicas. Además, la inmediatez se ha convertido en protagonista del periodismo del siglo XXI y los usuarios necesitan ser alertados inmediatamente después del suceso, además el periodismo también se ha globalizado, por lo que los grandes medios de comunicación tienen la obligación

de cubrir no sólo las noticias locales y nacionales, sino también las internacionales. (Tamayo Grez, 2013).

Accesibilidad

En la actualidad, la radio sigue siendo una poderosa herramienta de comunicación, especialmente en zonas con acceso limitado a Internet, sin embargo, enfrenta desafíos como el auge de los servicios de música en ‘*streaming*’ y la necesidad de adaptarse a nuevas formas de consumo de audio. La disminución del número de aparatos de radio en los hogares y la creciente popularidad de los podcasts destaca la importancia de la tecnología digital para la radio, incluida la transición de la transmisión analógica a la digital y el uso de datos para comprender mejor a las audiencias, el crecimiento del consumo de radio a través de Internet y la importancia de los podcasts, especialmente entre los jóvenes. El autor concluye que, si bien el futuro de la radio es incierto, seguirá evolucionando y seguirá siendo un medio importante siempre que satisfaga las necesidades de su audiencia (Franco, 2014).

Los autores Reyes & Prado (2020), indican que existen varias herramientas y tecnologías que hacen que la radio sea más accesible en la era tecnológica actual:

- **Transmisión digital:** La evolución de las transmisiones analógicas a la digital ha mejorado en gran medida la calidad de la transmisión por la radio y ha ampliado el rango de frecuencia disponible. La tecnología digital también puede hacer un uso más eficiente del espectro de radiofrecuencia, proporcionando más estaciones y servicios.
- **Transmisión por Internet:** Con la llegada del streaming online, las estaciones radiales pueden llegar hasta una audiencia global sin ninguna limitación geográfica, pues los radioyentes pueden acceder a sus estaciones de radio de su preferencia por medio de las redes sociales, sitios web, aplicaciones móviles e incluso desde aparatos inteligentes, lo que hace que la radio sea más accesible que nunca.

- **Podcasts:** Esta forma de realizar entrevistas, se está volviendo cada vez más populares como forma de contenido de audio bajo demanda, especialmente entre el público más joven, pues permiten que las estaciones radiales y los productores independientes puedan crear y distribuir contenido al que el público puede acceder en cualquier momento, ya que este se encontrara subido en alguna red social, brindando así, a los radioyentes mayor flexibilidad y accesibilidad de lo que está de moda.
- **Análisis de datos:** la tecnología digital permite a las estaciones de radio recopilar y analizar datos sobre sus audiencias, lo que les permite comprender mejor los hábitos y preferencias de escucha. Esta información se puede utilizar para adaptar el contenido y mejorar la experiencia auditiva general, haciendo que la radio sea más atractiva y accesible para una gama más amplia de oyentes.
- **Redes sociales:** estas plataformas brindan a las estaciones radiales los canales de acceso para interactuar con cualquier público, compartir contenido y promocionar sus marcas, pues al utilizar las redes sociales, las radios pueden llegar hasta nuevos oyentes, fomentar una idea a la comunidad y aumentar la accesibilidad.
- **Aplicaciones móviles:** estas aplicaciones para estaciones de radio, facilitan a los usuarios descubrir y escuchar sus estaciones favoritas. Estas aplicaciones suelen incluir recomendaciones personalizadas, despertadores y funciones como pausar y rebobinar transmisiones en vivo, lo que mejora aún más la accesibilidad de la radio y la experiencia del usuario.
- **Altavoces inteligentes:** gracias a la progresiva popularidad de los parlantes inteligentes como Amazon Echo y Google Home se ha logrado facilitar a los usuarios el acceso al contenido transmitido mediante comandos de voz. Esta función manos libres facilita el uso de la radio en diversas situaciones, como al conducir, cocinar o practicar deporte.

- **Tecnologías de radio adaptativas:** La selección dinámica de frecuencia y también la radio cognitiva, pueden hacer un uso más eficiente del espectro de radiofrecuencia y reducir la interferencia entre estaciones, además gracias a estas tecnologías se puede lograr una mejora calidad y la disponibilidad de la radiodifusión.
- **Adaptadores de radio:** Estos adaptadores, proporcionan a los usuarios conectar equipos tradicionales a dispositivos digitales tales como celulares inteligentes o tabletas, permitiendo el acceso al contenido de radio digital.
- **Bluetooth y conectividad inalámbrica:** Las opciones de conectividad inalámbrica y Bluetooth permiten a los usuarios conectar sus aparatos de radio a otros dispositivos, como auriculares, parlantes o estéreos de automóvil, brindando mayor flexibilidad y accesibilidad sobre cómo y dónde escuchan contenido de radio.

Interactividad

La existencia de la humanidad, hoy gira entorno a las redes de comunicación y colaboración, que impone patrones de asociación, pertenencia, complemento y colectividades por medio de foros, plataformas, blogs y otros mecanismos multimedia que permiten la interacción entre los usuarios y los medios, las audiencias ya no son productoras pasivas de mensajes, comunicaciones y contenidos; no sólo son receptores de medios, sino usuarios de los servicios con los que eligen interactuar (Barrios Rubio, 2013).

Dispositivos inteligentes y la radio

Según el artículo publicado por Grijalva & Yaguana (2019), sobre “Radio transmedia: una mirada de su evolución en Ecuador”; estos métodos de interactividad pueden ayudar a las estaciones de radio a interactuar mejor con su audiencia, aumentar la lealtad de los oyentes y adaptarse al cambiante panorama digital, pues, con dispositivos móviles inteligentes en un

entorno digital se requiere del uso de dispositivos móviles para mejorar la interacción del usuario con el contenido de la radio. Esto se puede lograr a través de varios métodos como:

- **Aplicaciones de radio:** las estaciones de radio poseen sus propias apps móviles que le permiten a los usuarios escuchar una y otra vez sus transmisiones, ver programas e interactuar con la estación a través de funciones como chat, encuestas o solicitud de canciones.
- **Integración de redes sociales:** Las diversas estaciones de radio pueden emplear el uso de plataformas de difusión tales como lo son las redes sociales para conectarse con su audiencia, compartir contenido, obtener likes, compartidos y comentarios. Esto puede incluir tuitear en vivo durante el programa, alentar a los oyentes a compartir contenido en Facebook o Instagram, o usar plataformas como Twitch para transmitir otro contenido.
- **Sitios web interactivos:** estos pueden ser diseñados por la propia emisora, al gusto y diseño de su preferencia.
- **Interacciones basadas en proximidad:** con la ayuda de tecnologías como Near Field Communication o Bluetooth Low Energy, las estaciones radiales pueden crear interacciones basadas en el interés con los radioyentes.
- **Contenido personalizado:** empleando el uso de datos en dispositivos móviles, las emisoras pueden ofrecer al público contenidos personalizados, adaptándose a las preferencias del mismo, el historial que es de su preferencia escuchar o la ubicación de los usuarios.

Canales de Difusión

El método de envío de mensajes o señales de transmisión puede resultar familiar: AM y FM son dos tipos de transmisión de radio. Ambos transmiten señales en forma de ondas

electromagnéticas. AM funciona modulando la amplitud de las señales de radio. La señal depende del mensaje enviado, FM cambiará la frecuencia de la señal (López Villafranca & Smolak Lozano, 2020).

Por otro lado, Ortega & Repoll (2020), indican que "los dos tipos de señales logran experimentar cambios en la amplitud o intensidad de la onda", por lo que, la transmisión en FM tiene una ventaja: los pequeños cambios en la amplitud no importan. En comparación, la AM puede transmitir a distancias más largas, pero es más susceptible a las interferencias debido a los cambios de amplitud, lo que provoca silbidos.

Retos y dificultades en los Periodistas Radiofónicos

El periodismo vive un período de gran crisis, pues estamos asistiendo a una doble realidad: una es tecnológica y la otra es económica, pues por un lado, falta de fondos, precariedad laboral y competencia feroz, y por el otro cada vez aparecen con más frecuencia nuevos medios tecnológicos, blogs, redes sociales y nuevas formas de entender la actualidad. (Méndez Muros & Castillo Zamora, 2023).

Estos dos aspectos plantean desafíos diferentes para la comunidad de la comunicación, lo que lleva a reexaminar la forma en que cuestiones relacionadas con la naturaleza del periodismo, como los derechos de autor o la libertad de expresión, o la información misma, pasan del valor a la falta de credibilidad. La credibilidad se ve obstaculizada por demasiada información proporcionada por la tecnología (Cañas Mateos, 2021).

Dinámicas periodísticas

Los jóvenes comunicadores y periodistas enfrentan un enorme desafío para reformar y repensar la práctica periodística de acuerdo con las nuevas demandas de los consumidores que han crecido en un entorno digital y por lo tanto necesitan estar conscientes de los contenidos

de este medio. Sin embargo, la esencia del periodismo está más viva que nunca, porque la búsqueda de la verdad, la investigación, la objetividad y la confirmación de las fuentes siguen siendo los principales ejes del quehacer periodístico, independientemente del canal de distribución, pero las dinámicas y métodos utilizados permanecen. Y toman como herramientas e instalaciones comparar e investigar información y entregar esa información a los usuarios finales, tal como ha sido modificada o desarrollada con la llegada de nuevas tecnologías (Sarmiento, Sánchez, & Ramírez, 2021).

Radio

Según la plataforma Cadenaser (2023), “Los medios de difusión siguen imparables a principios de 2023, y lo hacen ganando nuevas audiencias, aumentando la inversión y demostrando que el contenido digital aumenta las audiencias y ofrece alcance”, en ese sentido el cambio de la radio oyente a radio por internet, se los identifica como un importante aliado y complemento de la radio tradicional, a diferencia de lo que ocurre con otros medios tradicionales, esta se usa como un espacio de intercambio, denuncia y debate alternativo, fomentando y posibilitando la participación de toda la comunidad, además la radiomoderna no discrimina, haciéndolo accesible a todos, independientemente del nivel educativo del oyente.

Comunicación

El autor Palomino (2023), menciona que la comunicación “cumple un rol principal, debido a que da pie a continuar instituyendo relaciones sociales entre diferentes individuos, y por ende es una herramienta que promueve la difusión de la información, que puede compartirse fácilmente, por eso es imposible contemplar un mundo sin comunicación”, en ese sentido, podemos definir que la comunicación en la actualidad, gracias al desarrollo de la tecnología y al fortalecimiento de Internet, la comunicación ha ayudado a que los usuarios

ganen más espacio para la información y el conocimiento en la sociedad, es por ello que hoy en día las personas ahora pueden crear, producir y compartir su propio contenido a través de comunidades virtuales donde cada miembro tiene derecho a participar.

Comunicación Radiofónica

Según la plataforma digital Media Radio (2018), mencionan que “La radio genera una situación de comunicación muy especial en la que emisor y receptor pueden verse sin verse, el espacio se percibe sin percepción y los océanos, ríos, montañas y ríos son arrastrados a la nada, animales, rostros, risas y llantos”, este apartado expresa que la radio es un medio longevo pero que continúa teniendo plena vigencia dentro del panorama informativo y de entretenimiento, esta tiene características generales pero ha seguido una progresiva evolución que le permite mantener su posición dentro de los medios más cercanos a la opinión pública.

Podcast

Los Podcasts son la serie de episodios pregrabados en audio o video, transmitidos de manera digital, estos generalmente suelen ser grabados en diferentes formatos, las más comunes son las entrevistas entre invitado y presentador, además de grabaciones individuales donde el presentador comenta sobre un tema específico, cualquiera que sea el formato de presentación, estos programas necesitan obligatoriamente de un tema y de alguien para realizar la presentación; a pesar de que están disponibles online, una de sus características fundamentales es la posibilidad de descargar los episodios para escucharlos incluso offline (Garcia, 2022).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

El presente proyecto de investigación, parte de un enfoque mixto, pues desde una perspectiva interpretativa, se busca evaluar el escenario digital, las dinámicas periodísticas de los medios de comunicación radiofónico en el significado de una experiencia, así mismo es heurístico, ya que intenta encender el interés y la comprensión de los lectores acerca del impacto social objeto en estudio. A su vez, es de tipo fenomenológico, debido que, por medio del acercamiento al campo podemos hacer un análisis de la parte subjetiva y objetiva de los individuos, por otra parte, es de corte longitudinal, pues se recopilan los datos para construir la información.

El alcance de la investigación se dará de manera progresiva, comenzando por lo exploratorio, en el que se realizará el primer acercamiento al objeto de estudio, así como también a la información superficial de la problemática, llegando a lo descriptivo, en donde se detallarán las características particulares de los desafíos actuales de los periodistas de los medios de difusión radiofónicos, los canales de difusión más utilizados por los medios y las habilidades necesarias de los locutores de los medios de comunicación radiofónicos estudiados en esta investigación, que logra desenvolverse en el escenario digital., incluyendo las causas del problema planteado y consumando en la parte explicativa, en la cual se aumentará la comprensión del problema estableciendo las causas y efectos del mismo.

3.2. Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem / Instrumento
Independiente: ESCENARIO DIGITAL.	La transición a la radio digital ha supuesto	la radio se presenta a través de diversas	Accesibilidad	* Internet * Dispositivos móviles	
			Interactividad/rco	* Participación activa	

Elaborado por equipo de trabajo

3.3. Población y muestra de investigación.

3.3.1. Población

El estudio está enfocado en el cantón Babahoyo en las siguientes emisoras radiales:

- N Radio
- Radio LIBRE
- Radio Fluminense
- Radio Life

Además, tendrá una población de 60 miembros del personal que trabajan en medios de comunicación radial que han mutado y/o adaptado a la red virtual. Se utilizará toda la población como análisis de este estudio por ser un grupo pequeño.

3.4. Técnicas e instrumentos de medición

El siguiente proyecto, al ser una investigación abundante en información requiere de múltiples formas de recolección de datos, que permitan el acercamiento a la realidad del fenómeno a estudiar, con el interés de obtener la información relevante, que sustente de una forma correcta las interrogantes y objetivos planteados.

3.4.1. Técnicas

La metodología de investigación con enfoque mixto combina tanto elementos cuantitativos como cualitativos para obtener una comprensión más completa del tema en cuestión. En el caso de las dinámicas periodísticas de los medios de comunicación radiofónicos en el escenario digital, se seguirá un enfoque mixto de la siguiente manera:

- 1. Diseño de la investigación:** Se identificarán objetivos de investigación y se concretarán de manera específica las preguntas de investigación, siendo estas relacionadas con la dinámica informativa en los medios audiovisuales en el escenario digital.
- 2. Recopilación de datos cuantitativos:** Se puede emplear el uso de técnicas como el análisis de contenido para la recopilación de información cuantitativa, acerca de las características del contenido transmitido en escenarios digitales, ahora bien, esto puede incluir diversas variables como el tiempo de duración que tiene el programa, frecuencia de transmisión, tipo de contenido, entre otras.
- 3. Recopilación de datos cualitativos:** Se pueden elaborar entrevistas o grupos focales con el apoyo y participación de periodistas, productores y oyentes de medios audiovisuales para por medio de ello, obtener una comprensión más específica de la evolución de las noticias en el espacio digital, esto nos permitirá explorar temas como la adaptación de los formatos de transmisión al entorno digital y estrategias para atraer audiencias.

- 4. Análisis de datos:** Tanto los datos cuantitativos como cualitativos se analizarán de forma integrada, debido a que esto puede contener la identificación de patrones y tendencias de los contenidos de transmisión digital, así como analizar las percepciones y experiencias de los personajes implicados en la producción y el consumo de dichos medios.
- 5. Interpretación de resultados:** Los resultados obtenidos serán interpretados para sacar conclusiones y recomendaciones basadas en los resultados. Esto puede incluir propuestas para una mejorara en la dinámica de las noticias de los medios de difusión en un campo y ambiente digital.

3.4.2. Instrumentos

Fichas de Observación

El principal objetivo de este instrumento es constatar en un documento, típicamente por escrito, lo que sucede a breves rasgos visibles en cada radio que visitemos, esta técnica de recopilación de datos sustentada bajo un enfoque positivista que intenta captar la realidad de como suceden los hechos, en la presente investigación bajo el estudio de caso esta técnica fue aplicada por el equipo de investigación del espacio de comunicación.

Revisión documental

Técnica de recolección de datos a utilizar durante el estudio planteado, que nospermitirá realizar la lectura de documentos seleccionados como: informes psicopedagógicos o entrevistas, previas, cuadernos del estudiante o evaluaciones aplicadas por el docente con la finalidad de reunir, revisar y administrar la información encontrada para tener un punto de referencia sobre las dificultades o áreas debilitas y fortalecidas a trabajar.

Encuesta

Esta encuesta está dirigida a la población de estudio, en este caso, a los 60 miembros del personal que trabajan en medios de comunicación radial; el propósito de aplicar la encuesta, es obtener información de manera más directa de personas que viven la experiencia de trabajar en el campo comunicativo, este procedimiento de investigación cuantitativa nos permitirá recopilar información mediante el cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica, tabla o escrita.

3.5. Procesamiento de datos

Una vez recolectada la información pertinente tomando en cuenta todos los contextos en los que se desenvuelve el estudiante, se realizará el análisis de datos, con el objetivo de obtener los resultados, interpretaciones para posteriores conclusiones para el enriquecimiento de la investigación. De tal manera, que para asegurar un adecuado análisis de datos se tomará en cuenta, varias técnicas comenzando por la depuración de la información, hasta el contraste de datos de las diferentes unidades de observación.

Se analizarán los resultados desde un punto de partida mixto, para una mejor comprensión de elementos y datos embarcados en el desarrollo de las dinámicas que se usan en el ambiente radiofónico, esto consiste en identificar, examinar e integrar tanto investigación cuantitativa como cualitativa. Es decir, este enfoque se utiliza cuando se requiere una mejor comprensión del problema de investigación, y que no se podría dar cada uno de estos de forma separada, por otro lado, la justificación del uso de métodos mixtos es para dar explicación de un fenómeno cuando un enfoque u otro no alcanzan a resolver la problemática planteada.

3.6. Aspectos éticos

Dentro de este estudio de caso, se mantiene una postura neutral, donde se va a evidenciar toda la normativa y los procesos éticos que contempla la investigación, en ese sentido este trabajo exige que la práctica de se realice acorde a los principios éticos que aseguren el enriquecimiento y evolución del conocimiento, la comprensión y mejora de la condición humana, sobre todo el progreso de la sociedad ante cualquier frente, pues esta centra su interés de la investigación en la consideración de los aspectos éticos de la investigación, en cuanto a sus fines y naturaleza, sobresaliendo el respeto hacia los radioyentes, a la autonomía de su voluntad, protección de sus datos, privacidad, confidencialidad. Todo el aspecto ético, cumple un rol muy importante en el desarrollo de la investigación, para que esta sea sólida y confiable, y su incorporación en un proyecto de investigación es esencial para preservar la integridad académica y como autores. Este componente ético abarca desde la selección y tratamiento de los participantes hasta la divulgación de los resultados, es por ello que, en este proyecto, se tomarán en cuenta los principales valores éticos, tanto personales como de la información previamente recopilada.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

FICHAS DE OBSERVACIÓN

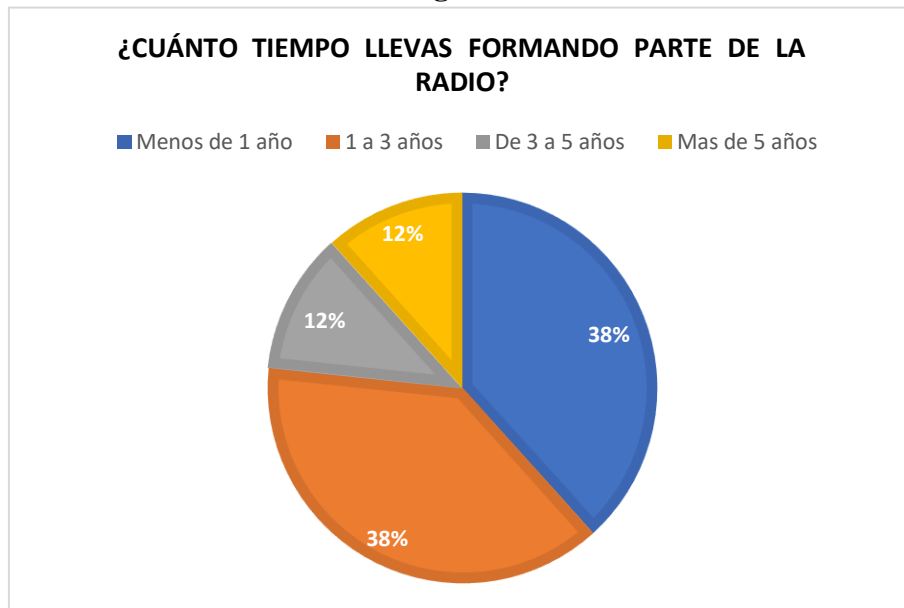
Por medio de las fichas de observación realizadas al visitar y recorrer las emisoras N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, se logró identificar grandes factores físicos y herramientas que emplean como estrategia cada una de estas emisoras, en ese sentido se obtuvieron los siguientes resultados:

Se aplicó la ficha de observación dentro de las **emisoras N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life**, para la cual realizamos un recorrido por cada una de las instalaciones, identificando que dentro de las cuatro radios cuentan en un 100% de respuesta para la opción **SI**, lo que arroja como resultado que la radio cuenta con los siguientes aspectos: esta posee una visión y misión, cuenta con redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, Tik Tok, etc, tiene un canal de difusión principal por el cual realiza transmisiones en vivo, hace uso de podcast, difunde temas de interés social y de la realidad actual y utilizan programas de entretenimiento juvenil, musical y de moda, recepta y considera las opiniones del público, cuenta con personal capacitado en el manejo de redes sociales, ha adaptado nuevas tecnologías en sus herramientas para la difusión, cuenta con reporteros profesionales capacitados para la emisión de cualquier noticia, el personal cuenta con las habilidades necesarias, manejan un horario, hacen uso de recursos multimedia como entrevistas, sonidos ambientes, clips de audio, imágenes o videos y la integración de elementos visuales en la plataforma digital, cuentan con interacción digital, entre presentadores o conductores con dinámicas de conversación, roles de los participantes, coordinación y fluidez en la comunicación. [\(Ver Anexo 8\)](#)

ENCUESTAS

Por medio de las encuestas realizadas a las emisoras N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, se logra determinar que de la población de 60 personas, predomina con poca diferencia entre su personal, los hombres, con un total de 31 y mujeres un total de 29, en ese sentido se obtuvieron los siguientes resultados:

Figura 1

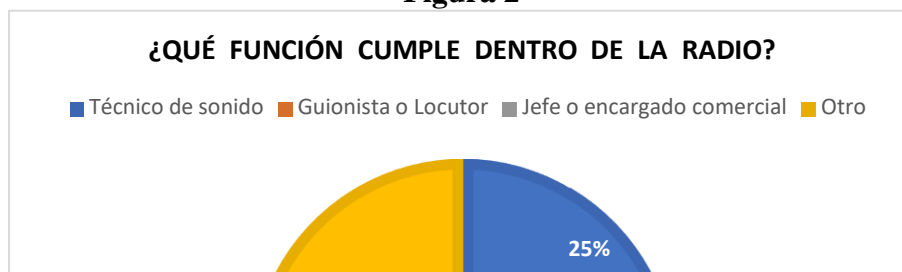


Nota: 60 miembros del personal encuestados

Interpretación

En el apartado ¿Cuánto tiempo llevas formando parte de la radio?, de la encuesta aplicada a los miembros del personal de la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, encontramos como resultado que con porcentajes similares del 38% para el personal forma parte de las emisoras en los tiempos de menos de 1 año y de entre 1 a 3 años, por otro lado encontramos que el 12% del personal radica de 3 a 5 años dentro de las radios y de igual manera el otro 12% por más de 5 años, lo denota que gran porcentaje del personal es contemporáneo y lleva funcionando dentro de los 3 últimos años.

Figura 2

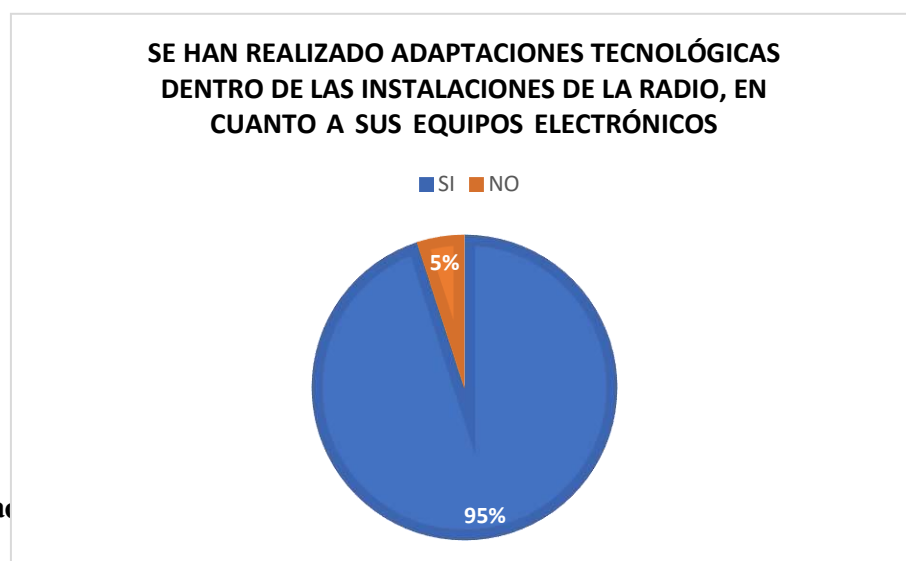


Nota: 60 miembros del personal encuestados

Interpretación

En el apartado ¿Qué función cumple dentro de la radio?, de la encuesta aplicada a los miembros del personal de la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, encontramos como resultado que el mayor porcentaje del 35% del personal es guionista o locutor, seguido del 33% quien ocupa otro puesto dentro de la radio, además encontramos un 25% del personal encargado del área técnica de sonido y un 7% corresponde al grupo de jefes y encargados comerciales, lo que da a entender que gran parte del personal de todas las instituciones radiales analizadas, toman el cargo periodístico y de locución.

Figura 3

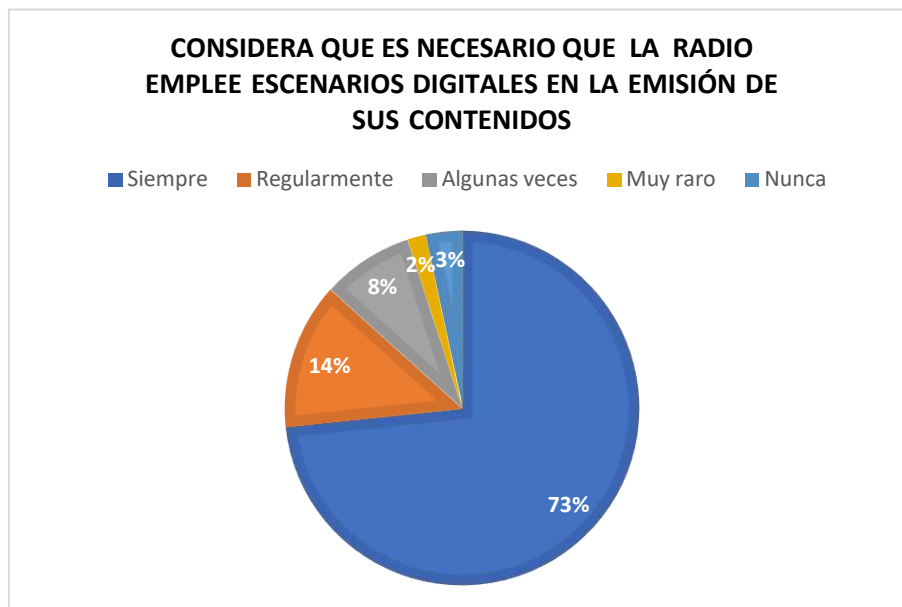


Interpretación

Nota: 60 miembros del personal encuestados

En el apartado “Se han realizado adaptaciones tecnológicas dentro de las instalaciones de la radio, en cuanto a sus equipos electrónicos”, de la encuesta aplicada a los miembros del personal de la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, encontramos como resultado que el 95% del personal seleccionó la opción SI y 5% del personal la opción NO, lo que da a entender que el mayor porcentaje del personal considera que dentro de sus instalaciones a través de los años se han realizado adaptaciones a nivel tecnológico específicamente en sus equipos electrónicos, por lo que se puede evidenciar un gran avance.

Figura 4

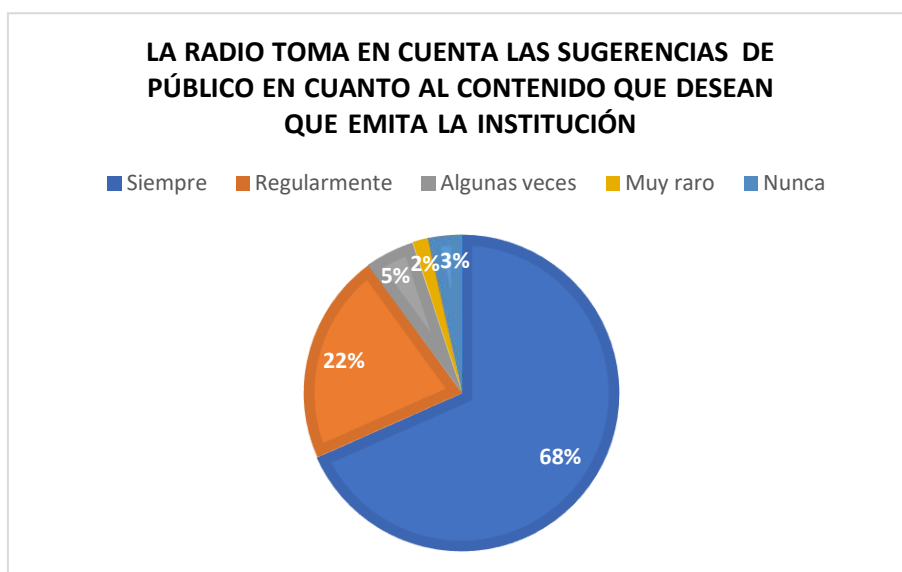


Nota: 60 miembros del personal encuestados

Interpretación

En el apartado “considera que es necesario que la radio emplee escenarios digitales en la emisión de sus contenidos”, de la encuesta aplicada a los miembros del personal de la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, encontramos como resultado que el mayor porcentaje con el 73% seleccionó la opción siempre, el 14% la opción regularmente, el 8% la opción algunas veces y con porcentajes del 2% y 3% de Muy raro y Nunca, lo que nos da a entender que un alto porcentaje de estas radios atribuyen a que es importante la implementación de escenarios digitales en sus transmisiones.

Figura 5

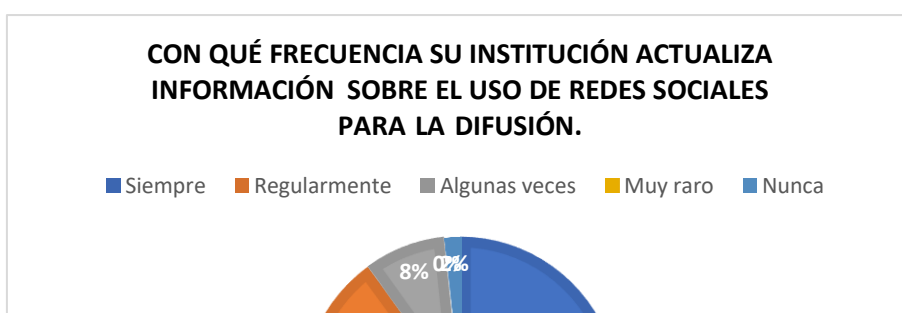


Nota: 60 miembros del personal encuestados

Interpretación

En el apartado “La radio toma en cuenta las sugerencias de público en cuanto al contenido que desean que emita la institución”, de la encuesta aplicada a los miembros del personal de la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, encontramos como resultado que el mayor porcentaje con el 68% seleccionó la opción siempre, el 22% la opción regularmente, el 5% la opción algunas veces y con porcentajes del 2% y 3% de Muy raro y Nunca, lo que nos da a entender que en su mayoría, las radios usan como base las sugerencias de sus oyentes, por lo que se entiende que existe una interacción entre la radio y el público, siendo esta tomada desde distintas fuentes de difusión tal como los son las redes sociales, además se toma en cuenta que esto va de la mano con las adaptaciones tecnológicas que se han realizado a través de los años y de la influencia del personal contemporáneo que posee cada establecimiento.

Figura 6

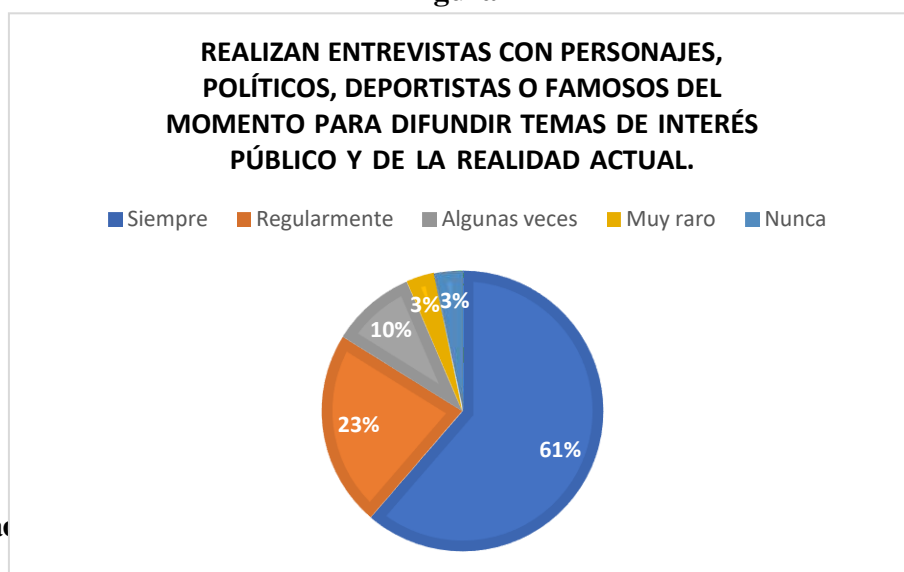


Nota: 60 miembros del personal encuestados

Interpretación

En el apartado “Con qué frecuencia su institución actualiza información sobre el uso de redes sociales para la difusión”, de la encuesta aplicada a los miembros del personal de la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, encontramos como resultado que el mayor porcentaje con el 75% seleccionó la opción siempre, 15% regularmente, el 8% la opción algunas veces y el 2% de Nunca, lo que nos da a entender que en su gran mayoría se encuentran informados y actualizados sobre las innovaciones en el uso de redes sociales, tomando en cuenta que diariamente se crean trends virales, temas populares, entre otros.

Figura 7

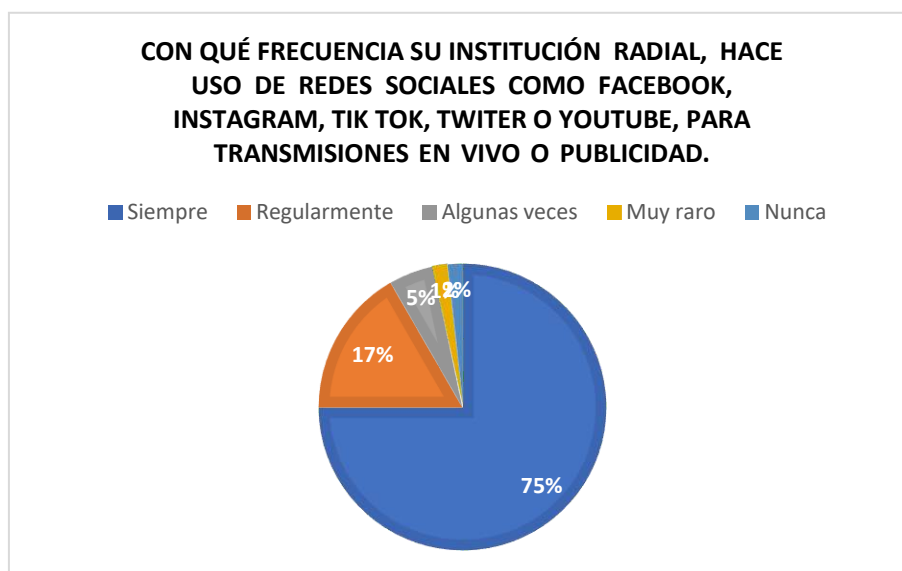


Interpretación

Nota: 60 miembros del personal encuestados

En el apartado “realizan entrevistas con personajes, políticos, deportistas o famosos del momento para difundir temas de interés público y de la realidad actual”, de la encuesta aplicada a los miembros del personal de la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, encontramos como resultado que más de la mitad de los encuestados seleccionaron la opción siempre con el 61%, el 23% regularmente, el 10% la opción algunas veces, el 3% y 3% las opciones Muy raro y Nunca, lo que nos da a entender que la visita de personajes a la radio para la emisión de información es muy frecuente, considerando que en la actualidad hay muchos temas abiertos de los que cualquier personaje que se encuentre dentro del medio artístico, puede opinar.

Figura 8



Nota: 60 miembros del personal encuestados

Interpretación

En el apartado “Con qué frecuencia su institución radial, hace uso de redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok, Twiter o YouTube, para transmisiones en vivo o publicidad”, de la encuesta aplicada a los miembros del personal de la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, encontramos como resultado que más de la mitad de los encuestados seleccionaron la opción siempre con el 75%, el 17% regularmente, el 5% la opción algunas veces, el 1% y 1% las opciones Muy raro y Nunca, lo que nos da a entender que casi

todo el tiempo estas radios están haciendo uso de las redes sociales como su principal medio de publicidad y para realizar transmisiones en vivo, por lo que da pie a que estas estén en completa actualización en sus temas y método de difusión.

Figura 9

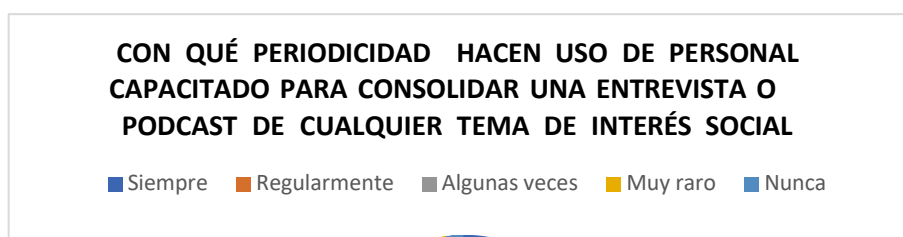


Nota: 60 miembros del personal encuestados

Interpretación

En el apartado “con qué frecuencia emplean el uso de Podcast creativos”, de la encuesta aplicada a los miembros del personal de la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, encontramos como resultado que más de la mitad de los encuestados seleccionaron la opción siempre con el 40%, el 33% regularmente, el 18% la opción algunas veces, el 7% la opción de Muy raro y 2% las opción Nunca, lo que nos da a entender todas las radios hacen uso de Podcast, la cual es una estrategia de entretenimiento para el público que se hizo viral y famoso el reciente año, tomando en cuenta que por medio de este método se puede conversar de temas de la realidad actual a nivel local e internacional, por medio de la invitación a personajes del momento o que han tenido trayectoria en los medios.

Figura 10

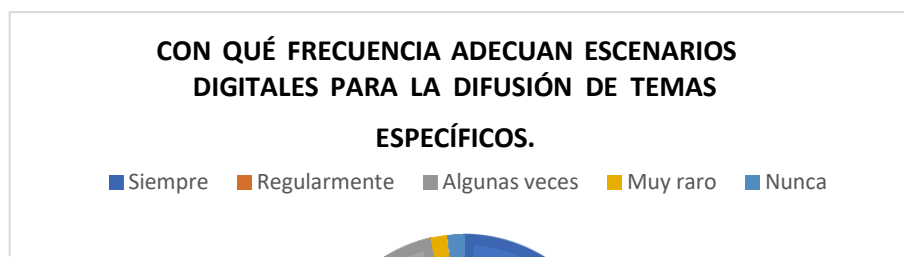


Nota: 60 miembros del personal encuestados

Interpretación

En el apartado “con qué periodicidad hacen uso de personal capacitado para consolidar una entrevista o Podcast de cualquier tema de interés social”, de la encuesta aplicada a los miembros del personal de la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, encontramos como resultado que más de la mitad de los encuestados seleccionaron la opción siempre con el 52%, el 28% regularmente, el 13% la opción algunas veces, el 5% la opción de Muy raro y 2% las opción Nunca, lo que nos da a entender que es frecuente el uso del personal capacitado para consolidar una entrevista de interés social, considerando que gran porcentaje de la población estudiada cumplen el rol de locutores o periodistas, por lo que se puede resaltar que todas estas emisoras cuentan con personal capacitado.

Figura 11

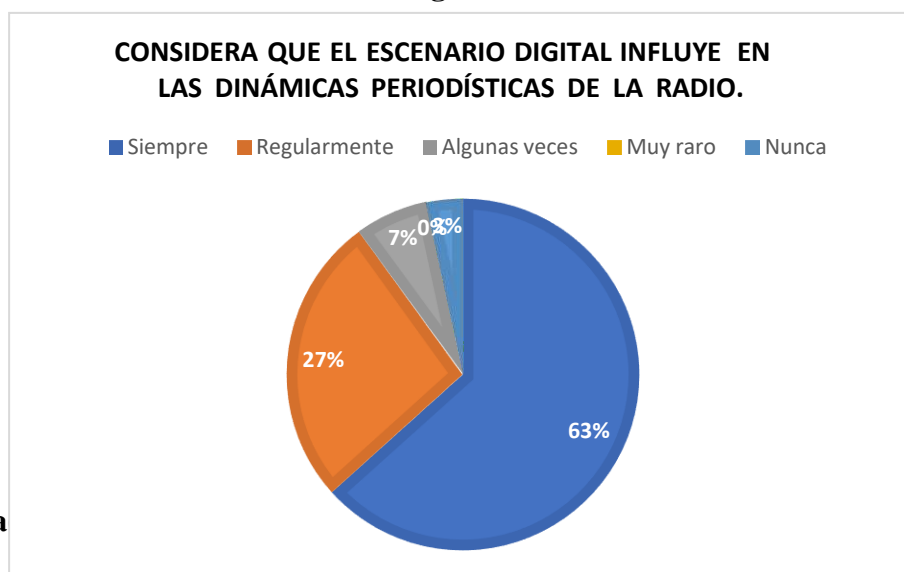


Nota: 60 miembros del personal encuestados

Interpretación

En el apartado “con qué frecuencia adecuan escenarios digitales para la difusión de temas específicos”, de la encuesta aplicada a los miembros del personal de la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, encontramos como resultado que más de la mitad de los encuestados seleccionaron la opción siempre con el 58%, el 28% regularmente, el 10% la opción algunas veces, el 2% la opción de Muy raro y 2% las opción Nunca, lo que nos da a entender que más de la mitad de la población estudiada toma en cuenta el uso de escenarios digitales para emitir ciertos temas que despierten el interés del público.

Figura 12

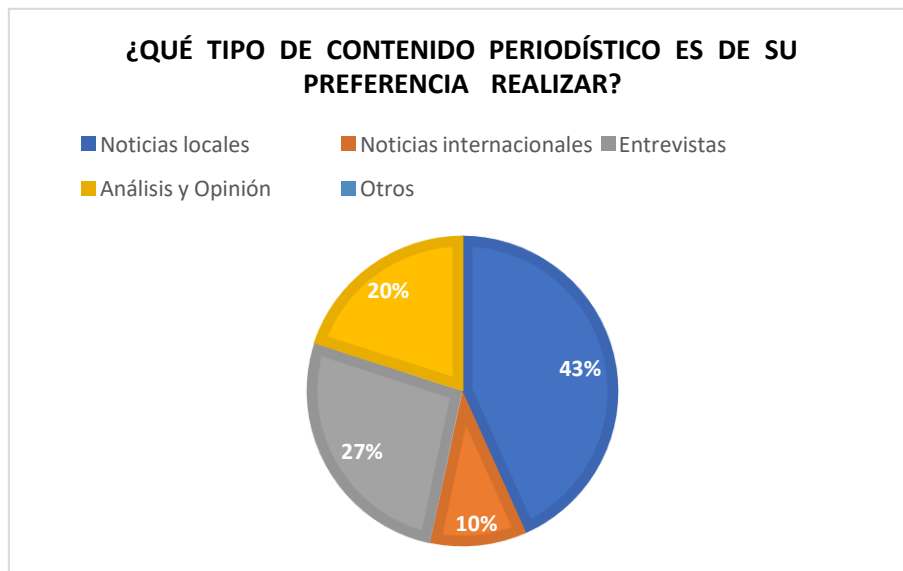


Interpreta

Nota: 60 miembros del personal encuestados

En el apartado “Considera que el escenario digital influye en las dinámicas periodísticas de la radio”, de la encuesta aplicada a los miembros del personal de la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, encontramos como resultado que más de la mitad de los encuestados seleccionaron la opción siempre con el 63%, el 27% regularmente, el 7% la opción algunas veces y el 2% las opción Nunca, lo que nos da a entender que la mayoría de la población considera que el escenario digital influye en gran medida en las dinámicas periodísticas que se desenvuelven en la radio.

Figura 13



Nota: 60 miembros del personal encuestados

Interpretación

En el apartado “¿qué tipo de contenido periodístico es de su preferencia realizar?”, de la encuesta aplicada a los miembros del personal de la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, encontramos como resultado que más de la mitad de los encuestados seleccionaron la opción de noticias locales con el 43%, el 10% noticias internacionales, el 27% la opción entrevistas y el 20% las opción de análisis y opinión, lo que nos da a entender que es muy variado el contenido que impartes estas instituciones radiales, pues se considera que buscan equilibrar sus temas de difusión de acuerdo a los sucesos que trae consigo la realidad social en todos sus medios.

4.2 Discusión

Con el objetivo de analizar las dinámicas periodísticas de los medios de comunicación radiofónica en el escenario digital, los resultados por medio de la ficha de observación reflejan a nivel general y por aspectos, dimensiones y selecciones positivas, es decir, que gran porcentaje de la población estudiada en un 99% eligió la opción SI, lo que da a entender que las radios analizadas, tales como la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, cuentan con los elementos claves para trabajar en un escenario digital creativo, contemporáneo y tecnológico, que se apega a la realidad y busca mejorar su nivel de oyentes por medio de la creatividad, la implementación de dinámicas periodísticas como los Podcast, su difusión por las redes sociales, su apego a lo que está de moda y con el apoyo de un personal 100% capacitado para desenvolverse en cualquier contexto y escenario radial.

Por otro lado, gracias al apoyo de las encuestas realizadas a 60 miembros del personal de entre la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, se logró obtener una amplia gama de información, para la cual se resalta la equivalencia del equipo de trabajo entre hombre y mujeres, el tiempo que llevan formando parte de las emisoras, lo que los vuelve contemporáneos y conocedores de los temas actuales, modernos en equipos y actualizados en lo que más le llama la atención del público, además, se toma en cuenta que la mayoría de emisoras prefieren difundir y enfocarse en las noticias locales e internacionales, acogiendo la aplicación de Podcast que es lo más sonado y consumido por el público, considerando también que en su mayoría están de acuerdo que el escenario digital influye en las dinámicas periodísticas de la radio.

Analizando estos resultados podemos ver que los instrumentos utilizados han sido de completo apoyo para la investigación, ya que se logró obtener el soporte, predisposición y

aprobación de estas cuatro emisoras muy populares a nivel local, mismos que por su estructura se logra en su totalidad la obtención de información necesaria para complementar los objetivos planteados, tomando en cuenta ciertas limitaciones que a lo largo del proceso se presentaron, las cuales se fueron resolviendo con facilidad, logrando así culminar con éxito la aplicación de nuestros instrumentos.

Esta investigación nos permitió acercarnos a la realidad de una estación de radio, pues nos abrió paso a vivir de cerca la experiencia de compartir con el personal experto en esta área y convivir dentro de las instalaciones, así como también descubrimos a nosotros mismo con nuestra vocación y como futuros profesionales. Hoy en día, la radio se ha innovado gracias a las nuevas tecnologías, pues por medio de la internet y los dispositivos tales como computadores, teléfonos celulares y tabletas, podemos conectarnos a cualquier emisora gracias a un clic, por lo que es importante que esta investigación trascienda a vivir la experiencia completa de emplear escenario digitales, realizar Podcast y vivir el momento de entrevistar a un personaje popular y reconocido, aportar y dejar volar la creatividad dentro de una radio completa como los son las emisoras que hemos tomado para nuestra investigación.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Gracias a la investigación realizada y a los instrumentos como la ficha de observación y la encuesta aplica a las cuatro emisoras la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, y a las diferentes fuentes consultadas e identificadas, se ha podido concluir que, el rol periodístico se ha modificado debido a los cambios y al gran auge en el crecimiento del mundo del internet a nivel mundial, el origen y esparcimiento tanto de las redes sociales como también de los dispositivos móviles, el valor de segmentar los nuevos formatos para compartir la información a los radioyentes. Se puede constatar que, en la actualidad, ya no se puede imaginar un periodismo alejado de las redes sociales o plataformas digitales, pues el futuro de todos los medios de comunicación se encuentra reposado en los sitios web más populares del momento, pues las redes sociales y plataformas online han conducido al grupo de periodistas de hoy, a estudiar el lenguaje que se maneja en cada una de ellas, concibiendo sus sistemáticas y la diversidad de modelos multimedia con los que se llega al público y se puede desempeñar, de manera práctica, su misión y visión.

Se concluye que después de analizar las dinámicas periodísticas de los medios de comunicación radiofónicas utilizadas en esta investigación, tales como N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, se logra identificar la preparación de los profesionales, el conocimiento y manejo del escenario en los distintos contextos a desenvolverse, el desempeño en el uso de las redes sociales como Facebook, TikTok, Youtube, Instagram, entre otros más, la habilidad que ejercen para realizar Podcast, considerando que la tecnología influye en el presente y en el futuro del periodismo, en ese sentido, la radio, como todos los medios, está sometida a los cambios tecnológicos a medida avanzan los años, pues las innovaciones en los procesos de distribución en la web han multiplicado la acción radiofónica y el mensaje, estas

han transformado las estrategias de comunicación y participación entre los oyentes y el locutor gracias a la conectividad de la red.

Se concluye que los canales de difusión más utilizados por los medios de comunicación radiofónicos, analizados durante esta investigación, son las populares redes sociales como lo son Facebook, TikTok, Instagram, Youtube, donde las emisoras buscan la aprobación y participación del público por medio de interacciones en sus Podcast, en vivos, sorteos, actividades de entretenimiento, likes, comentarios y compartidos, con el propósito de desenvolverse y llamar la atención de los consumidores de contenidos y hacer popular a su respectiva emisora.

Por otro lado, se han examinado los desafíos actuales que enfrentan los periodistas de los medios de comunicación radiofónicos en el escenario digital, ya que si bien la competencia hoy en día es bastante fuerte, lo que más se consume a diario son las redes sociales, por lo que han logrado adaptarse y modificar su contenido de la realidad social y al ser personal contemporáneo, se ha logrado que se incorporen ideas creativas, que sea más fácil el uso y acceso a cualquier tipo de red social y aparato tecnológico, convirtiendo estas cuatro emisoras estudiadas, a manera general, en un boom de la modernidad en su infraestructura, organización, personal profesional y contenido real.

Finalmente se determinaron las habilidades de los periodistas de los medios de comunicación radiofónicos en el escenario digital, que resultan ser básicamente que tengan conocimientos actualizados, que estén al tanto de los nuevos mecanismos que debe manejar la radio, los contenidos que llaman el interés de los oyentes, pues, tanto la N Radio, Radio Libre, Radio Fluminense y Radio Life, tienen las suficientes competencias que se requieren para llegar al público desde cualquier punto, sus locutores saben dominar la redacción periodística, la interacción con la comunidad, saber diferenciar entre la opinión y la información, saben

llegar a las personas con sus contenidos locales, internacionales, de entrenamiento, música, arte, entre muchos más, por eso se puede afirmar que las cuatro radios cumplen con estas habilidades en su personal profesional.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda el incremento de Podcast en las emisoras, ya que si bien lo aplican, no es muy frecuente, por ende es necesario que lo realicen ya que actualmente es una herramienta para conquistar seguidores en las redes sociales, así como para ampliar la estrategia de marketing y convencer a las audiencias para que no pierdan de vista el nombre de la radio.
- Se recomienda hacer énfasis en las sugerencias musicales, promocionar temas como el turismo dentro de nuestro país, enfocarse en las posibilidades de trabajo, recomendaciones de carreras para estudiantes, abrir paso a un espacio que sea novedoso y didáctico para el público.
- Se recomienda la apertura de las emisoras al público, principalmente a estudiantes que aún no hayan decidido su vocación, ya que familiarizarse con estos espacios y medios, puede abrir paso a futuros profesionales en el área de comunicación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- López Roldán, P., & Fachelli, S. (2016). La encuesta. Metodología de la investigación social cuantitativa.
- Alarcón, A. L. (2023). La radio digital, una dinámica de aprendizaje para comunicadores sociales de la Universidad de Guayaquil. *International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 1-10.
- Arias Gonzáles, J. L. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Arequipa, Peru: ENFOQUES CONSULTING EIRL. Obtenido de <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26118w/Tecnicas%20e%20instrumentos.pdf>
- Barrios Rubio, A. (2013). La radio en la era de la sociedad digital. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 37-44.
- Bautista Franco, J., Quijano Castillo, J., Ortiz Oliveros, E., Paipa Ramírez, M., & Tobón De Castro, M. (2021). *Convergencia digital en la radio bumanguesa: aspectos técnicos, lenguaje y plataformas digitales*.
- Burgos Duque, N. (2022). *TRANSICIÓN DE RADIO ANÁLOGA A RADIO DIGITAL: CASO RADIO LIBRE*. Babahoyo: UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO.
- Cadena Ramírez, C., & Tacuri Guevara, D. (2009). *Estudio comparativo de los aspectos técnicos de los estándares de radiodifusión digital terrestre IBOC (In-band-on-channel), DAB (Digital Audio Broadcasting), ISDB-TSB (Japan's Digital Radio Broadcasting) y DRM (Digital Radio Mondiale) a considerarse, par*. Quito: EPN.
- Cadenaser. (08 de Mayo de 2023). *La radio sigue imparable en 2023*. Obtenido de <https://cadenaser.com/nacional/2023/05/08/la-radio-sigue-imparable-en-2023-cadena-ser/>
- Cañas Mateos, P. (2021). *Reportaje sobre la figura de Lola Flores y la vigencia de su discurso en la actualidad: " Lola Flores: un fuego que sigue ardiendo 26 años después"*. Facultad de Comunicacion. Universidad de Sevillana. Obtenido de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126416/PER_CANASMATEOS_TFG.memoria.pdf?sequence=1
- Cerezo, P. (2019). *Deconstruyendo los medios: cómo adaptar las empresas de comunicación al entorno digital*. Almuzara.

- Coudart, L. (2019). La libertad de imprenta en los informes ministeriales: comunicación gubernativa, dinámicas legales y periodísticas (1821-1867). *Historia Mexicana*, 69(1), 205-255. doi:<https://doi.org/10.24201/hm.v69i1.3919>
- Folgueiras Bertomeu, P. (2016). Técnica de recogida de información: La entrevista. *Disposit Digital*.
- Franco, M. (2014). Optimismo para periodistas: claves para entender los nuevos medios de comunicación en la era digital. *Optimismo para periodistas*, 1-155.
- García, K. (11 de Mayo de 2022). *Qué es un podcast: aprende todo con nuestra guía completa para crear el tuyo*. Obtenido de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-podcast/>
- Grijalva, A., & Yaguana, H. (2019). Radio transmedia: una mirada de su evolución en Ecuador. *La brújula sonora*, 125.
- Herrero, E., & Planells, A. J. (2020). *Nuevas narrativas periodísticas entre la información y la simulación lúdica: los docuwebs y los newsgames*. (Vol. 2). Scielo.org.com. Obtenido de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Nuevas+narrativas+period%C3%ADsticas+entre+la+informaci%C3%B3n+y+la+simulaci%C3%B3n+l%C3%ADica+%3A+los+docuwebs+y+los+newsgames.&btnG=#d=gs_qabs&t=1701659110908&u=%23p%3D1SROp45-AjMJ
- La comunicación radiofónica*. (2018). Obtenido de Media Radio: <http://recursos.cnice.mec.es/media/accesibilidad.php?c=&inc=radio&blk=1>
- López Villafranca, P., & Smolak Lozano, E. (2020). El consumo cultural digital de los programas de radio a través Youtube en España y Polonia. *Historia y comunicación social. Historia y Comunicación Social*, 1(25), 123-138. doi:<http://dx.doi.org/10.5209/hics.69231>
- Marta Lazo, C., Gómez López, J., Segura Anaya, A., & Ortiz Sobrino, M. (2021). Dos décadas de radio universitaria en España (2000-2020) la reinención del medio como proyecto educativo en un entorno digital. *Revista de comunicación de la SEECI*, 145-162.
- Martín Pena, D., & Narvaez, E. (2012). Las radios universitarias, más allá de la radio: las TIC como recursos de interacción radiofónica. *Las radios universitarias, más allá de la radio*, 0-0.

- Martínez, C., & Castro, W. (2017). *Gestión multiplataforma de la comunicación en la programación de la Radio Turbo 93.3 de la Ciudad de Ambato*. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Carrera de Comunicación Social.
- Martínez, M. P., & Gárate, E. L. (2019). El éxito de los podcasts de noticias y su impacto en los medios de comunicación digital. *DIALNET*, 317-334.
- Méndez Muros, S., & Castillo Zamora, J. M. (29 de 07 de 2023). Producción periodística y reconversión digital en Centroamérica: avances y retos. *Revista de Comunicación. Revista de Comunicación*, 22(2), 377-398. doi:<http://dx.doi.org/10.26441/rc22.2-2023-3284>
- Mosquera Ayala, E. (2020). *Radio digital: desarrollo de la radio tradicional a la radio multimedia, características e interacción dentro del espacio virtual, caso Radio Casa de la Cultura Ecuatoriana*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Narváez, C., & Pena, D. (2012). *Las radios universitarias, más allá de la radio: las TIC como recursos de interacción radiofónica*. UOC.
- Olcese, C. R. (2023). *El podcasting en el Perú: Análisis de un medio nativo digital*. Lima: Universidad de Lima.
- Ortega Ramírez, P., & Repoll, J. (2020). *#Radio comunitaria: participación ciudadana sin límites*. Obtenido de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Radio+comunitaria%3A+participaci%C3%B3n+ciudadana+sin+l%C3%ADmites.+%23+Radio+comunitaria%2C&btnG=#d=gs_qabs&t=1701659963950&u=%23p%3D2NwQ1neEsaEJ
- Palomino, K. (28 de Agosto de 2023). *¿Por qué es importante la comunicación en la era digital?* Obtenido de SNHU: <https://es.snhu.edu/noticias/importancia-de-la-comunicacion-en-la-era-digital>
- Reyes Chávez, R., & Prado Rodríguez, A. B. (2020). Las Tecnologías de Información y Comunicación como herramienta para una educación primaria inclusiva. *Revista Educación*, 506-525.
- Sánchez, C. C. (2012). Ciberperiodismo en el smartphone. estudio de la multimedialidad, usabilidad, hipertextualidad e interactividad de las aplicaciones de medios nativos digitales para smartphone/Mobile online journalism for smartphone. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 143.

- Sarmiento, D., Sánchez, E., & Ramírez, N. (2021). *Análisis de las dinámicas del ejercicio periodístico digital*. Obtenido de Archivo PDF: https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/4221/Sarmiento_S%c3%a1nchez_Ram%c3%adrez_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tamayo Grez, T. (2013). *La prensa en el caso bombas: dinámicas periódicas v/s ciudadanos*. Chile: Repositorio Academico de la Universidad de Chile. Obtenido de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=La+prensa+en+el+caso+bombas%3A+din%C3%A1micas+period%C3%ADsticas+v%2Fs+ciudadanos.&btnG=#d=gs_qabs&t=1701657766285&u=%23p%3DauBkp2C3EnAJ
- Taylor Sánchez, L. A. (2024). Periodismo radial y las nuevas tendencias comunicativas en el cantón La Libertad. Caso: panorama informativo de radio Amor 89.3 FM. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Tendencias de la radio online como apoyo a la construcción de estrategias propias para el medio. (2019). *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación*, 177-2001.
- Zambrano Ayala, W. (2021). *Convergencia mediática: nuevos retos y escenarios del comunicador social y periodista*.

ANEXOS

ANEXO 1

Presupuesto

Por medio de la presente tabla, se pretende demostrar los costos básicos que se generan mediante la realización de la investigación.

ITEM	RECURSOS	CANTIDAD	C. UNITARIO	C.
------	----------	----------	-------------	----

				TOTAL
1	HUMANOS			
1	Equipo de Investigadores			
2	Tutor Académico			
2	TÉCNICOS			\$75,00
1	Encuestas	1	20	\$20,00
2	Entrevistas	1	5	\$5,00
3	Servicio de Traducción/Interpretación	1	1	\$50,00
3	TECNOLÓGICOS			\$110,00
1	Servicio de Internet	4	15	\$60,00
2	Servicio de Telefonía móvil	2	10	\$20,00
3	Software especializado (adquisición/suscripción)	1	30	\$30,00
4	MATERIALES			
1	Suministros de oficina	2	20	\$40,00
2	Equipos de oficina			
3	Material y equipos de bioseguridad	2	20	\$40,00
	LOGÍSTICA Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			\$170,00
1	Servicios básicos	4	20	\$80,00
2	Servicio de transporte	1	20	\$20,00
3	Servicio de alimentación			
4	Servicio de Imprenta y fotocopiado	1	20	\$20,00
5	Gastos varios/imprevistos	1	50	\$50,00

TOTAL, PRESUPUESTO		\$355,00
RECURSOS FINANCIEROS		
1	Fondos propios de los investigadores	\$400,00
2	Recursos institucionales	\$50,00
3	Préstamo educativo/Donaciones	\$ -
TOTAL, PRESUPUESTO		\$ 450,00

Elaborado por: equipo de investigación

ANEXO 2

Cronograma

El cronograma representa paso a paso las actividades realizadas durante la investigación, desde su concepción hasta su fase final.

CAPI TULO	Actividades	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
I	Contextualización de la problemática																									
	Planteamiento del problema																									
	Justificación																									
	Objetivos de la investigación																									
	Hipótesis																									
II	Antecedentes																									
	Bases teóricas																									
III	Tipo y diseño de la investigación																									
	Operacionalización de variables																									
	Población y muestra																									
	Técnicas e instrumentos de medición																									
	Procesamiento de datos																									
	Aspectos éticos																									
IV	Presupuesto																									
	Cronograma																									

2	La institución tiene redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, Tik Tok, etc...			
3	Tiene un canal de difusión principal por el cual realiza transmisiones en vivo.			
4	La radio hace uso de podcast			
5	Difunden temas de interés social y de la realidad actual y utilizan programas de entretenimiento juvenil, musical y de moda			
6	La radio, recepta y considera las opiniones del público tomando en cuenta comentarios, likes o compartidos en tiempo real, realiza retroalimentación de la audiencia y da respuestas o adaptaciones en el programa en base a la retroalimentación			
7	La institución cuenta con personal capacitado en el manejo de redes sociales			
8	La radio ha adaptado nuevas tecnologías en sus herramientas para la difusión de comunicación			
9	La institución cuenta con reporteros profesionales capacitados para la emisión de cualquier noticia			
10	El personal en general cuenta con las habilidades necesarias para su puesto en la radio.			
11	Se evidencia un avance en el uso de tecnología y herramientas, como plataforma o aplicación utilizada para la emisión digital, equipos y software utilizados en la producción digital, estrategias de distribución y promoción en línea			
12	La institución maneja un horario mediante el cual se determina los temas a tratar de manera semanal.			

13	La institución hace uso de recursos multimedia como entrevistas, sonidos ambientes, clips de audio, imágenes o videos y la integración de elementos visuales en la plataforma digital			
14	La radio tiene interacción digital como la participación del público en redes sociales, el uso de hashtags o etiquetas y respuestas a comentarios o preguntas de la audiencia			
15	La institución tiene interacción entre presentadores o conductores con dinámicas de conversación, roles de los participantes, coordinación y fluidez en la comunicación			

ANEXO 4

GUIA DE ENCUESTA

Nº	ASPECTO	Siempre	Regularmente	Algunas veces	Muy raro	Nunca
1	Considera que es necesario que la radio emplee escenarios digitales en la emisión de sus contenidos					

2	La radio toma en cuenta las sugerencias de público en cuanto al contenido que desean que emita la institución					
3	Con qué frecuencia su institución actualiza información sobre el uso de redes sociales para la difusión.					
4	Realizan entrevistas con personajes, políticos, deportistas o famosos del momento para difundir temas de interés público y de la realidad actual.					
5	Con qué frecuencia su institución radial, hace uso de redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok, Twiter o YouTube, para transmisiones en vivo o publicidad.					
6	Con qué frecuencia emplean el uso de Podcast creativos					
7	Con qué periodicidad hacen uso de personal capacitado para consolidar una entrevista o Podcast de cualquier tema de interés social					
8	Con qué frecuencia adecuan escenarios digitales para la					

	difusión de temas específicos.					
9	Considera que el escenario digital influye en las dinámicas periodísticas de la radio.					
Nº	ASPECTO	Noticias locales	Noticias internacionales	Entrevistas	Análisis y Opinión	Otra
10	¿Qué tipo de contenido periodístico es de su preferencia realizar?					

ANEXO 5

SOLICITUD PARA EL INGRESO A LAS INSTALACIONES

Babahoyo, 18 de febrero de 2024

Ing.

Dennis Cabrera Loaiza

GERENTE GENERAL DE RADIO LIBRE

Presente.

De nuestras consideraciones

Reciba un afectuoso y cordial saludo, a la vez deseándole éxitos en sus delicadas funciones.

Nosotras, **MARYLIN MAYERLY SORIANO ALARCÓN** con cédula de ciudadanía N° **0951418862** y **ZULLY MICHELL SOLORSANO SANCHEZ** con cédula de ciudadanía N° **1207670769**, estudiantes de la carrera de Comunicación en la Universidad Técnica de Babahoyo, llegamos a usted con la finalidad de **SOLICITAR EL PERMISO PARA VISITAR LAS INSTALACIONES DE RADIO LIBRE**, con el propósito de **INVESTIGAR** sobre las dinámicas del periodismo actual, su infraestructura, manejo en redes, familiarizarnos con el personal y su cargo dentro de la institución, cuya información y datos observados serán utilizados para nuestra investigación de titulación que lleva por título, “DINÁMICAS PERIODÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIOFÓNICOS EN EL ESCENARIO DIGITAL”.

Esperando que nuestra petición sea favorable y recibamos una respuesta positiva de su parte, le quedamos muy agradecidas.

Atentamente,

MARYLIN SORIANO ALARCÓN

Telf: 0981599639

SOLICITANTE

ZULLY SOLORSANO SANCHEZ

Telf: 0967364952

SOLICITANTE

ANEXO 6

AUTORIZACIÓN PARA EL INGRESO A LAS RADIOS

Babahoyo, 22 de febrero de 2024

MSc.

Javier Granados

GERENTE GENERAL DE LA N RADIO

Presente.

De nuestras consideraciones

Reciba un afectuoso y cordial saludo, a la vez deseándole éxitos en sus delicadas funciones.

Nosotras, **MARYLIN MAYERLY SORIANO ALARCÓN** con cédula de ciudadanía N° 0951418862 y **ZULLY MICHELLE SOLORSANO SÁNCHEZ** con cédula de ciudadanía N° 1207670769, estudiantes de la carrera de Comunicación en la Universidad Técnica de Babahoyo, llegamos a usted con la finalidad de **SOLICITAR EL PERMISO PARA VISITAR LAS INSTALACIONES DE "La N Radio"**, con el propósito de **INVESTIGAR** sobre las dinámicas del periodismo actual, su infraestructura, manejo en redes, familiarizarnos con el personal y su cargo dentro de la institución, cuya información y datos observados serán utilizados para nuestra investigación de titulación que lleva por título, **"DINÁMICAS PERIODÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIOFÓNICOS EN EL ESCENARIO DIGITAL"**.

Esperando que nuestra petición sea favorable y recibamos una respuesta positiva de su parte, le quedamos muy agradecidas.

Atentamente,

Marylin Soriano

MARYLIN SORIANO ALARCÓN
Telf: 0981599639
SOLICITANTE

Zully Solórsano S

ZULLY SOLORSANO SÁNCHEZ
Telf: 0967364952
SOLICITANTE

Recibido
22/feb/2024
09:32

Babahoyo, 20 de febrero de 2024

Ing.

Dennis Cabrera Loaiza

GERENTE GENERAL DE RADIO LIBRE

Presente.

De nuestras consideraciones

Reciba un afectuoso y cordial saludo, a la vez deseándole éxitos en sus delicadas funciones.

Nosotras, **MARYLIN MAYERLY SORIANO ALARCÓN** con cédula de ciudadanía N° **0951418862** y **ZULLY MICHELE SOLORSANO SÁNCHEZ** con cédula de ciudadanía N° **1207670769**, estudiantes de la carrera de Comunicación en la Universidad Técnica de Babahoyo, llegamos a usted con la finalidad de **SOLICITAR EL PERMISO PARA VISITAR LAS INSTALACIONES DE RADIO LIBRE**, con el propósito de **INVESTIGAR** sobre las dinámicas del periodismo actual, su infraestructura, manejo en redes, familiarizarnos con el personal y su cargo dentro de la institución, cuya información y datos observados serán utilizados para nuestra investigación de titulación que lleva por título, "DINÁMICAS PERIODÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIOFÓNICOS EN EL ESCENARIO DIGITAL".

Esperando que nuestra petición sea favorable y recibamos una respuesta positiva de su parte, le quedamos muy agradecidas.

Atentamente,

Marylin Soriano

MARYLIN SORIANO ALARCÓN

Telf: 0981599639

SOLICITANTE

Zully Solorsano Sánchez

ZULLY SOLORSANO SÁNCHEZ

Telf: 0967364952

SOLICITANTE



Recibido: Roxanna Escobar
Fecha: 20/02/2024

Babahoyo, 21 de febrero de 2024

Ing.

Angel Arturo Chimbo Hinojoza

GERENTE GENERAL DE RADIO FLUMINENSE

Presente.

De nuestras consideraciones

Reciba un afectuoso y cordial saludo, a la vez deseándole éxitos en sus delicadas funciones.

Nosotras, **MARYLIN MAYERLY SORIANO ALARCÓN** con cédula de ciudadanía N° **0951418862** y **ZULLY MICHELLE SOLORSANO SÁNCHEZ** con cédula de ciudadanía N° **1207670769**, estudiantes de la carrera de Comunicación en la Universidad Técnica de Babahoyo, llegamos a usted con la finalidad de **SOLICITAR EL PERMISO PARA VISITAR LAS INSTALACIONES DE RADIO FLUMINENSE**, con el propósito de **INVESTIGAR** sobre las dinámicas del periodismo actual, su infraestructura, manejo en redes, familiarizarnos con el personal y su cargo dentro de la institución, cuya información y datos observados serán utilizados para nuestra investigación de titulación que lleva por título, "DINÁMICAS PERIODÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIOFÓNICOS EN EL ESCENARIO DIGITAL".

Esperando que nuestra petición sea favorable y recibamos una respuesta positiva de su parte, le quedamos muy agradecidas.

Atentamente,

Marylin Soriano

MARYLIN SORIANO ALARCÓN

Telf: 0981599639

SOLICITANTE

RADIO FLUMINENSE S.r.l.

x Arturo Chimbo H.

Arturo Chimbo H.

GERENTE GENERAL

Zully Solorsano S.

ZULLY SOLORSANO SÁNCHEZ

Telf: 0967364952

SOLICITANTE

Babahoyo, 21 de febrero de 2024

Ing.

Wilson Jaime Moran Suarez

GERENTE GENERAL DE RADIO LIFE

Presente.

De nuestras consideraciones

Reciba un afectuoso y cordial saludo, a la vez deseándole éxitos en sus delicadas funciones.

Nosotras, **MARYLIN MAYERLY SORIANO ALARCÓN** con cédula de ciudadanía N° **0951418862** y **ZULLY MICHELLE SOLORSANO SÁNCHEZ** con cédula de ciudadanía N° **1207670769**, estudiantes de la carrera de Comunicación en la Universidad Técnica de Babahoyo, llegamos a usted con la finalidad de **SOLICITAR EL PERMISO PARA VISITAR LAS INSTALACIONES DE RADIO LIFE**, con el propósito de **INVESTIGAR** sobre las dinámicas del periodismo actual, su infraestructura, manejo en redes, familiarizarnos con el personal y su cargo dentro de la institución, cuya información y datos observados serán utilizados para nuestra investigación de titulación que lleva por título, "DINÁMICAS PERIODÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RADIOFÓNICOS EN EL ESCENARIO DIGITAL".

Esperando que nuestra petición sea favorable y recibamos una respuesta positiva de su parte, le quedamos muy agradecidas.

Atentamente,

Marylin Soriano

MARYLIN SORIANO ALARCÓN

Telf: 0981599639

SOLICITANTE

Zully Solórzano S.

ZULLY SOLORSANO SÁNCHEZ

Telf: 0967364952

SOLICITANTE



21/02/2024
10:28

ANEXO 7

RECORRIDO POR LAS INSTALACIONES DE RADIO

N RADIO



Nota: Recorrido por las instalaciones de la N Radio



Nota: Recorrido por las instalaciones de la N Radio



Nota: Recorrido por las instalaciones de la N Radio

RADIO LIBRE



Nota: Recorrido por las instalaciones de **Radio Libre**



Nota: Recorrido por las instalaciones de **Radio Libre**



Nota: Recorrido por las instalaciones de **Radio Libre**

RADIO FLUMINENSE



Nota: Recorrido por las instalaciones de **Radio Fluminense**



Nota: Misión y Visión de **Radio Fluminense**



Nota: Recorrido por las instalaciones de **Radio Fluminense**

RADIO LIFE



Nota: Recorrido por las instalaciones de **Radio Life**



Nota: Recorrido por las instalaciones de **Radio Life**



Nota: Recorrido por las instalaciones de **Radio Life**

ANEXO 8

FICHAS DE OBSERVACIÓN FICHA DE OBSERVACIÓN

Fecha de Observación:

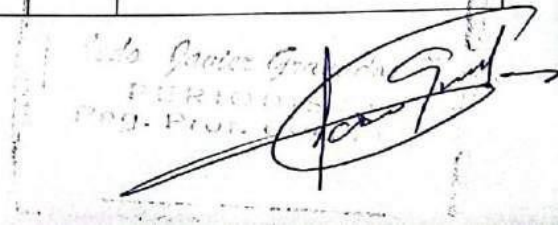
Observadores:

Medio de Comunicación: "La N Radio"

Programa o Sección:

Plataforma Digital:

N°	Aspecto	SI	NO	Observación
1	La institución radial posee una visión y misión.	/	/	
2	La institución tiene redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, Tik Tok, etc...	/	/	
3	Tiene un canal de difusión principal por el cual realiza transmisiones en vivo.	/	/	
4	La radio hace uso de podcast	/	/	
5	Difunden temas de interés social y de la realidad actual y utilizan programas de entretenimiento juvenil, musical y de moda	/	/	
6	La radio, recepta y considera las opiniones del público tomando en cuenta comentarios, likes o compartidos en tiempo real, realiza retroalimentación de la audiencia y da respuestas o adaptaciones en el programa en base a la retroalimentación	/	/	
7	La institución cuenta con personal capacitado en el manejo de redes sociales	/	/	
8	La radio ha adaptado nuevas tecnologías en sus herramientas para la difusión de comunicación	/	/	
9	La institución cuenta con reporteros profesionales capacitados para la emisión de cualquier noticia	/	/	
10	El personal en general cuenta con las habilidades necesarias para su puesto en la radio.	/	/	



11	Se evidencia un avance en el uso de tecnología y herramientas, como plataforma o aplicación utilizada para la emisión digital, equipos y software utilizados en la producción digital, estrategias de distribución y promoción en línea			
12	La institución maneja un horario mediante el cual se determina los temas a tratar de manera semanal.			
13	La institución hace uso de recursos multimedia como entrevistas, sonidos ambientes, clips de audio, imágenes o videos y la integración de elementos visuales en la plataforma digital			
14	La radio tiene interacción digital como la participación del público en redes sociales, el uso de hashtags o etiquetas y respuestas a comentarios o preguntas de la audiencia			
15	La institución tiene interacción entre presentadores o conductores con dinámicas de conversación, roles de los participantes, coordinación y fluidez en la comunicación			

Pedro Javier Paredes R

 PERUOLOGISTA

 Reg. Prof. CPG 2127

FICHA DE OBSEVACIÓN

Fecha de Observación: 20 del febrero del 2024

Observadores: Zully Solorsano - Marilyn Soriano

Medio de Comunicación: Radio Libre

Programa o Sección:

Plataforma Digital:

Nº	Aspecto	SI	NO	Observación
1	La institución radial posee una visión y misión.	✓		
2	La institución tiene redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, Tik Tok, etc...	✓		
3	Tiene un canal de difusión principal por el cual realiza transmisiones en vivo.	✓		
4	La radio hace uso de podcast	✓		
5	Difunden temas de interés social y de la realidad actual y utilizan programas de entretenimiento juvenil, musical y de moda	✓		
6	La radio, recepta y considera las opiniones del público tomando en cuenta comentarios, likes o compartidos en tiempo real, realiza retroalimentación de la audiencia y da respuestas o adaptaciones en el programa en base a la retroalimentación	✓		
7	La institución cuenta con personal capacitado en el manejo de redes sociales	✓		
8	La radio ha adaptado nuevas tecnologías en sus herramientas para la difusión de comunicación	✓		
9	La institución cuenta con reporteros profesionales capacitados para la emisión de cualquier noticia	✓		
10	El personal en general cuenta con las habilidades necesarias para su puesto en la radio.	✓		

11	Se evidencia un avance en el uso de tecnología y herramientas, como plataforma o aplicación utilizada para la emisión digital, equipos y software utilizados en la producción digital, estrategias de distribución y promoción en línea	✓		
12	La institución maneja un horario mediante el cual se determina los temas a tratar de manera semanal.	✓		
13	La institución hace uso de recursos multimedia como entrevistas, sonidos ambientes, clips de audio, imágenes o videos y la integración de elementos visuales en la plataforma digital	✓		
14	La radio tiene interacción digital como la participación del público en redes sociales, el uso de hashtags o etiquetas y respuestas a comentarios o preguntas de la audiencia	✓		
15	La institución tiene interacción entre presentadores o conductores con dinámicas de conversación, roles de los participantes, coordinación y fluidez en la comunicación	✓		

FICHA DE OBSERVACIÓN

Fecha de Observación: 21 de febrero del 2024

Observadores: Zully Solarzano - Marilyn Soriano

Medio de Comunicación: Radio Fluminense

Programa o Sección:

Plataforma Digital:

Nº	Aspecto	SI	NO	Observación
1	La institución radial posee una visión y misión.	✓		
2	La institución tiene redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, Tik Tok, etc...	✓		
3	Tiene un canal de difusión principal por el cual realiza transmisiones en vivo.	✓		
4	La radio hace uso de podcast	✓		
5	Difunden temas de interés social y de la realidad actual y utilizan programas de entretenimiento juvenil, musical y de moda	✓		
6	La radio, recepta y considera las opiniones del público tomando en cuenta comentarios, likes o compartidos en tiempo real, realiza retroalimentación de la audiencia y da respuestas o adaptaciones en el programa en base a la retroalimentación	✓		
7	La institución cuenta con personal capacitado en el manejo de redes sociales	✓		
8	La radio ha adaptado nuevas tecnologías en sus herramientas para la difusión de comunicación	✓		
9	La institución cuenta con reporteros profesionales capacitados para la emisión de cualquier noticia	✓		
10	El personal en general cuenta con las habilidades necesarias para su puesto en la radio.	✓		

11	Se evidencia un avance en el uso de tecnología y herramientas, como plataforma o aplicación utilizada para la emisión digital, equipos y software utilizados en la producción digital, estrategias de distribución y promoción en línea	✓		
12	La institución maneja un horario mediante el cual se determina los temas a tratar de manera semanal.	✓		
13	La institución hace uso de recursos multimedia como entrevistas, sonidos ambientes, clips de audio, imágenes o videos y la integración de elementos visuales en la plataforma digital	✓		
14	La radio tiene interacción digital como la participación del público en redes sociales, el uso de hashtags o etiquetas y respuestas a comentarios o preguntas de la audiencia	✓		
15	La institución tiene interacción entre presentadores o conductores con dinámicas de conversación, roles de los participantes, coordinación y fluidez en la comunicación	✓		

FICHA DE OBSERVACIÓN

Fecha de Observación: 21 de febrero 2024

Observadores: Zully Sobrano - Marilyn Soriano

Medio de Comunicación: Radio Life

Programa o Sección:

Plataforma Digital:

Nº	Aspecto	SI	NO	Observación
1	La institución radial posee una visión y misión.	✓		
2	La institución tiene redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, Tik Tok, etc...	✓		
3	Tiene un canal de difusión principal por el cual realiza transmisiones en vivo.	✓		
4	La radio hace uso de podcast		✓	
5	Difunden temas de interés social y de la realidad actual y utilizan programas de entretenimiento juvenil, musical y de moda	✓		
6	La radio, recepta y considera las opiniones del público tomando en cuenta comentarios, likes o compartidos en tiempo real, realiza retroalimentación de la audiencia y da respuestas o adaptaciones en el programa en base a la retroalimentación	✓		
7	La institución cuenta con personal capacitado en el manejo de redes sociales	✓		
8	La radio ha adaptado nuevas tecnologías en sus herramientas para la difusión de comunicación	✓		
9	La institución cuenta con reporteros profesionales capacitados para la emisión de cualquier noticia	✓		
10	El personal en general cuenta con las habilidades necesarias para su puesto en la radio.	✓		

11	Se evidencia un avance en el uso de tecnología y herramientas, como plataforma o aplicación utilizada para la emisión digital, equipos y software utilizados en la producción digital, estrategias de distribución y promoción en línea	✓		
12	La institución maneja un horario mediante el cual se determina los temas a tratar de manera semanal.	✓		
13	La institución hace uso de recursos multimedia como entrevistas, sonidos ambientes, clips de audio, imágenes o videos y la integración de elementos visuales en la plataforma digital	✓		
14	La radio tiene interacción digital como la participación del público en redes sociales, el uso de hashtags o etiquetas y respuestas a comentarios o preguntas de la audiencia	✓		
15	La institución tiene interacción entre presentadores o conductores con dinámicas de conversación, roles de los participantes, coordinación y fluidez en la comunicación	✓		

ANEXO 9

RESULTADOS DE ENCUESTA

Link de resultados de encuesta aplicada vía GOOGLE FORMS:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1GDnCqIWKeQhtMfyduLr8aju0NcK0sRBbUp8s0vSm3AQ/edit?usp=sharing>