



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
MODALIDAD PRESENCIAL**

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE  
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO DIGITAL EN LAS  
REDES SOCIALES-CASO RADIO GÉNESIS**

**AUTORA:**

**BRIGGITTE YULEISY ROMERO CORREA**

**TUTORA:**

**DANIEL GUSTAVO LEMOS BELTRAN**

**BABAHOYO - ECUADOR**

**2021**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

## AGRADECIMIENTO

Agradezco de todo corazón a cada una de las personas que formaron parte de este proceso; agradezco a mis amigos por el apoyo, a los docentes por su compromiso, a mis compañeros por ser un gran equipo, y a mi tutor por la paciencia. Pero debo agradecer sobre todo y de forma muy especial a Jehová Dios, el todopoderoso que desde siempre me ha guiado y ha sido la luz en todo este camino y a mis padres por todo el sobreesfuerzo que han hecho, por creer en mí y por ayudarme a lograrlo.

**Brigitte Yuleisy Romero Correa**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

## RESUMEN

La radio es uno de los medios de difusión más significativos en el campo comunicacional y social que ha enfrentado múltiples desafíos y se ha visto obligada a realizar cambios y adaptarse a las eventualidades. Una muestra clara de lo versátil que es este medio son las transformaciones o la convergencia que ha desarrollado ante los avances tecnológicos y la digitalización. La radio digital es una realidad de la que se puede obtener beneficios como; llevarla a todos lados y por ende escucharla en cualquier momento, algo que hace años atrás podía significar inimaginable. Esta versión moderna de la radio hace posible la conectividad con plataformas masivas como Facebook e Instagram, en donde es factible la comunicación bidireccional, de modo que se lleva a cabo una retroalimentación casi que inmediata, en donde el receptor y emisor pueden intercambiar sus papeles. Teniendo presente lo antes expuesto se realizó esta investigación aplicando el método mixto y tomando como foco de estudio a Radio Génesis, con el fin de conocer características de la digitalización y comprender más sobre esta transformación, para ello se aplicó entrevistas y la técnica de investigación que ayude a potencializar la información que se buscaba.

**Palabras claves:** radio digital, difusión, digitalización, comunicación bidireccional



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

## SUMMARY

Radio is one of the most significant means of dissemination in the communication and social field, which has faced multiple challenges and has been forced to make changes and adapt to eventualities. A clear example of how versatile this medium is are the transformations or convergence that it has developed in the face of technological advances and digitization. Digital radio is a reality from which you can obtain benefits such as; take it everywhere and therefore listen to it at any time, something that years ago could mean unimaginable. This modern version of the radio makes connectivity possible with massive platforms such as Facebook and Instagram, where two-way communication is feasible, so that almost immediate feedback is carried out, where the receiver and transmitter can exchange their roles. Bearing in mind the aforementioned, this research was carried out applying the mixed method and taking Radio Génesis as the focus of study, in order to know characteristics of digitization and understand more about this transformation, for this, interviews and the research technique that help to enhance the information that was sought.

**Keywords:** digital radio, broadcasting, digitization, two-way communication



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

## ÍNDICE GENERAL

I. INTRODUCCIÓN .....	6
II. DESARROLLO .....	7
2.1 JUSTIFICACIÓN .....	7
2.2 OBJETIVO .....	9
2.3 SUSTENTO TEÓRICO .....	9
2.4 TÉCNICAS APLICADAS .....	17
2.5 RESULTADOS OBTENIDOS .....	20
III. CONCLUSIONES .....	29
IV. RECOMENDACIONES .....	31
V. REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA .....	32



## I. INTRODUCCIÓN

La radio es un medio de comunicación único para celebrar la diversidad humana y constituye una plataforma para el discurso democrático. La radio sigue siendo, además, el medio de comunicación más usado en todo el mundo. Esta capacidad de llegar al mayor número de público posible la convierte en una herramienta indispensable para dar forma a la experiencia de la sociedad en la diversidad, y es el escenario perfecto para que todas las voces se expresen libremente, se sientan representadas y puedan ser escuchadas. (ONU, 2020)

Este canal de difusión de larga trayectoria se viene enfrentando a una serie de transformaciones, siendo la más significativa su adaptación a las nuevas tecnologías digitales. Tras la llegada de internet, se han registrado cambios en distintos ámbitos y uno de ellos es la forma de comunicar a las grandes masas y el medio que utilizan para hacer llegar la información.

Sin duda la digitalización ha representado un desafío y puede que hasta cierto punto el origen del fracaso de varios proyectos. No es fácil aceptar y adaptarse a lo desconocido. Sin embargo, el problema de negarse al cambio, sólo significará estancarse y dejar de crecer. La radio a pesar de ser la más oprimida para extinguirse según la misma sociedad, ha dejado una clara lección de que cuán importante es la aceptación y el adecuarse a las transformaciones, es por ello que ante la era tecnológica y digital ha sabido labrarse un camino en las redes sociales y gozar de atributos representativos.

La tecnología digital ha cambiado la producción del contenido que se ha venido realizando en el campo radial, su distribución, acceso y el consumo de la misma, se ha modificado convirtiéndose así en la digitalización de la radio.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

Radio Génesis a más de difundir su contenido de forma tradicional, también ha sido capaz de conocer e implementar los nuevos recursos y cubrir las necesidades de los contemporáneos. En este medio de difusión penetran características propias de la era digital. La línea de investigación empleada en este proyecto es en base a las Tecnologías de la información y la comunicación en la sociedad red y la sub línea es la innovación y nuevas tecnologías en comunicación con el fin de conocer los atributos que sostiene la radio digital.

## II. DESARROLLO

### 2.1 JUSTIFICACIÓN

El presente estudio se enfocará en analizar las características de la radio digital en las redes sociales a través de la observación y seguimiento del trabajo práctico de radio Génesis, pues de esta forma se podrá identificar las propiedades y modificaciones que ha sufrido uno de los medios tradicionales más importantes de la comunicación.

La radio hace apenas 10 años, se consideraba un medio condenado a la extinción debido a que su formato tradicional ya no encajaba con los nuevos públicos y estaba dejando de consumirse como antes. Sin embargo, lejos de tratar de recuperar oyentes manteniendo los mismos formatos, la radio ha sabido adaptarse mejor que otros medios tradicionales a las plataformas digitales. La radio está sabiendo incorporarse a esta nueva era creando nuevos contenidos y fórmulas de consumo adaptados al medio digital. (ISDI, 2017)



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



## FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

### COMUNICACIÓN SOCIAL

### MODALIDAD PRESENCIAL

Con la llegada de internet, la era digital y la evolución de la misma, muchos campos laborales y sociedad en sí, han experimentado algún tipo de transformación en sus estructuras y forma de desarrollarse. Estas variaciones los ha obligado a dejar su zona de confort y ofrecer a la sociedad productos y servicios modernos que satisfagan sus nuevas necesidades al mismo tiempo que les permita mantenerse en el mercado.

Los cambios dentro del campo comunicacional son diversos. En el caso puntual de la radio es importante conocer su estructura y forma laboral típica, es decir su origen y modalidad con la que informa y las eventualidades a las que se ha enfrentado con la llegada de la digitalización.

Es esencial conocer las fases por las que ha atravesado la radio para llegar a lo que hoy conocemos como radio digital, saber cuáles son los atributos que la hacen diferente y por qué es una de las opciones que eligen las personas para mantenerse informadas. La respuesta obtenida nos permitirá palpar cómo funciona en las redes sociales y como es capaz de mantenerse dentro de los canales principales para reportar hechos noticiosos.

Es así, que el presente proyecto dará a conocer la metamorfosis que ha desarrollado la radio para adaptarse al mundo digital. Además de ofrecer conocimiento que ayude a identificar los beneficios que reportan las características de la nueva radio en plataformas como Facebook.





## 2.2 OBJETIVO

Caracterizar los elementos principales la radio digital Génesis en las redes sociales.

## 2.3 SUSTENTO TEÓRICO

### **Origen de la Radio.**

Hacia 1.865 James Clerk Maxwell, había escrito a modo de afirmación teórica: “Es posible generar ondas electromagnéticas que se propaguen a la velocidad de la luz”. Dos décadas después, Heinrich Rudolf Hertz, demostraba que era posible la radiación utilizando una corriente alterna de alto voltaje, que generaba chispas entre dos bolas de metal.

Las chispas producían una radiación electromagnética, que se detectaba mediante un aro con una abertura. Hertz, llevó a cabo en 1.886 las primeras transmisiones por radio. (CurioSfera Historia, 2020)

La radio es uno de los inventos más importantes de la historia. Este medio de difusión ha logrado varios beneficios para la humanidad en diferentes ámbitos, como en el campo marítimo y comunicacional. Además, ha sido objeto de disputa en cuanto a quién es su inventor legítimo.

El italiano Guillermo Marconi realizó la primera transmisión por radio el 14 de mayo de 1879, a través de mar abierto a una distancia de seis kilómetros, desde el canal de Bristol (Inglaterra) a Penarth, una localidad de Gales. En dicho mensaje se puede leer: "Estás preparado".



A principios del siglo XX, la radio jugaría un importante papel en los rescates marítimos, y en especial en el de dos naufragios emblemáticos, el del Titanic el 15 de abril de 1912 y el del Lusitania el 7 de mayo de 1915. Esto contribuyó a que la población tomara conciencia de la importancia de la radio en el caso de catástrofes de esta magnitud. (Gavaldà, 2020)

Previo a la llegada de la radio a Latinoamérica, el estado norteamericano en 1920 planificó una serie de emisoras de carácter privadas con el propósito de obtener comunicación en los diferentes territorios, es así que en 1922 nace la radio comercial. Mientras que en Estados Unidos nacía una radio comercial con la innovación de programas musicales, en América Latina el proceso fue más lento debido a que la obtención de equipos era costosa y de difícil acceso. Así pues, es hasta 1930 que Argentina y México lograron emitir algunas señales radiofónicas; después de un tiempo, los gobiernos de dichos países empezaron a prestar atención a la radio porque la vieron como una herramienta de difusión y es así como la gente empezó a reunirse en torno a la radio. (KienyKe, 2019)

Con el paso del tiempo se notó la influencia que la radio tenía en la población de modo que decidieron crear las radios comerciales con diversas parrillas para todos los gustos, dando una perspectiva distinta. Es así como este medio de comunicación se transforma en un eje central para todos los consumidores.

#### **Evolución de la radio.**

Las redes sociales han contribuido a crear proximidad con los oyentes, como siempre ha hecho la radio. Facebook o Twitter se han convertido en instrumentos de acercamiento de la audiencia radiofónica. La radio se ve obligada a adaptar los contenidos para no perder protagonismo entre otros medios. Y como consecuencia, la



escucha de radio es cada vez más individualizada y participativa. (González, De la radio interactiva a la radio transmedia., 2013)

El surgimiento de los medios tecnológicos ha resultado ser una herramienta trascendental en la actualización e innovación de campos tales como, la comunicación. La Mass media ha experimentado los cambios que han traído consigo los avances tecnológicos. La radio al ser un instrumento de gran trayectoria y con gran relevancia en la sociedad ha generado las medidas necesarias para involucrarse y aprender de lo nuevo que ha traído la tecnología.

Ante el crecimiento, los dueños de las emisoras, quienes hasta entonces lo hacían todo solos, buscaron organizar sus estaciones de una manera empresarial para darle más calidad a los programas. En la actualidad, con el auge de los nuevos medios, la radio sigue trabajando para mejorar su calidad. Las emisoras y cadenas transmiten música, charlas radiofónicas, programas culturales, noticias y deportes. (La cebra que habla, 2019)

#### **El primer aparato receptor**

Para lograr que el contenido de las diferentes emisoras creadas en el mundo se extendiera se debía contar con un sistema de comunicaciones que llegara a una gran parte de la población. Esto hizo posible la creación de receptores con bajo costo capaces de sintonizar las emisoras. Con esto se dio a luz la idea materializada de galena.

El primer aparato de radio de la historia fue la radio galena, inventada en 1910 por los estadounidenses Henry Dunwoody y Greenleaf Whittier Picard. Aparato “portátil” de unos diez kilogramos de peso, fabricado a partir del cristal de sulfuro de plomo conocido como galena. Era imposible cambiar de dial, aunque las emisoras



continuaban siendo muy escasas. Para el primer aparato de radio con cambio de emisora pasaron 7 años más, hasta que lo inventó el francés Lucien Lévy, quien lo bautizó como superheterodino. (Uriarte, 2020)

Su principal ventaja era su bajo coste y que no necesitaba alimentación externa, ya que toda la energía la recibía de las propias ondas de radio. Esto tenía como resultado un bajo nivel del audio, que además variaba con el nivel de señal que se captaba. (Rodríguez, 2013) Para que la calidad de audio mejorara y lograr una mayor propagación era oportuno el uso de sistemas de recepción con amplificación.

### **El espectro radiofónico**

Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), organismo especializado de las Naciones Unidas con sede en Ginebra (Suiza) el espectro radiofónico es: "Las frecuencias del espectro electromagnético usadas para los servicios de difusión y servicios móviles, de policía, bomberos, radioastronomía, meteorología y fijos." Se trata del medio por el cual se transmiten las frecuencias de ondas de radio electromagnéticas que permiten las telecomunicaciones como: radio (AM, FM,) televisión, Internet, telefonía móvil, televisión digital terrestre, y son administradas y reguladas por los gobiernos de cada país. (MinTIC, 2020) El sector de la información y las comunicaciones componen a este elemento, que se traduce a un medio de acceso a información diversa.

El espectro radioeléctrico constituye un rango del espectro electromagnético convencionalmente, establecido desde 3 kHz a 3.000 GHz, dentro del cual se generan las ondas, que a través de un dispositivo llamado antena, son transmitidas y recibidas. El espectro radioeléctrico está dividido en bandas de frecuencias, cada una de ellas presenta características propias, relativas a la propagación y respuesta frente al ruido e interferencia, además de las consideraciones tecnológicas y costos involucrados para



su aprovechamiento. (Yáñez, 2013) La información en sus diferentes presentaciones, sea esta en forma de datos, audio o vídeo, requiere una banda de frecuencia definida para que los datos en determinados formatos se transmitan con la mejor calidad.

#### **Amplitud Modulada AM**

Es una técnica que se utiliza comúnmente para transmitir información. Fue la primera que se usó para hacer radio. Es así que las emisoras precursoras iniciaron en Amplitud Modulada. El formato de transmisión AM ha menguado con el pasar del tiempo, conceptualizándola como anticuada y de baja calidad.

Sin embargo, aún es posible encontrarla en: Emisiones de radiodifusión en las bandas de onda larga, media y corta. Esto significa que los receptores de radio son capaces de desmodular la modulación en amplitud a la vez son más baratos y fáciles de fabricar. También es aplicada en la radio de la banda de aire para las comunicaciones de radio de tierra a aire, así como enlaces de radio de dos vías para el personal de tierra también. (Castro Franco, 2017) AM es utilizada significativamente para transmitir datos con enlaces inalámbricos de corto alcance como wifi a las telecomunicaciones celulares.

#### **Frecuencia Modulada FM**

Otro hito importante de la radiodifusión es la FRECUENCIA MODULADA. Este es un sistema de propagación de las ondas que, con el mismo principio de la AMPLITUD MODULADA, logra reducir el ciclo de las vibraciones eléctricas, haciendo más directa su propagación: da mucha más fidelidad y pureza al sonido, con menores potencias y menores áreas de cubrimiento, pero con mucha más nitidez y calidad, ya que es más fácil controlar los ruidos y los efectos extraños que dañan el mensaje sonoro. (Camargo, 1998)



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

Si la FM supera con creces a la AM en lo que a calidad se refiere, en cuanto al alcance de la señal es lo contrario. La clave está en las diferentes formas que tienen las ondas al desplazarse. Las radios que transmiten en FM trabajan en frecuencias entre 88 y 108 Megahercios. Si echamos una ojeada a la tabla que divide el espectro radioeléctrico, veremos que estas frecuencias están dentro del rango de las Muy Altas Frecuencias (VHF). (Gago S. G., 2014)

## La Radio Digital

Digitalizar es de acuerdo a la definición del diccionario: “Convertir una magnitud física o una señal en una secuencia de números según ciertas reglas”. En el caso de la radio digital consiste en la toma de muestras del sonido a intervalos regulares de tiempo, de acuerdo con uno de los pilares de la digitalización como lo es el Teorema del Muestreo de Nyquist que señala que una señal, en este caso análoga, “quedará bien representada” por su “muestra” digital cuando la frecuencia (intervalos de tiempo) a la cual se la explora sea, a lo menos, de dos veces la mayor frecuencia existente en la señal original. (Ariel Lara Cáceres, 2003)

Una original expresión que define el fenómeno de la radio en Internet es la que proporciona el profesor de la Universidad San Pablo CEU de Valencia, Jesús Sáiz Olmo, y fue el título de una lección inaugural en el curso 1998-1999: “una nueva radio para nuevos tiempos con nuevos modos en nuevos medios”. La radio no ha quedado al margen del desarrollo tecnológico. (González, Radio digital e interactiva. Formatos y prácticas sociales, 2010)

En enero de 2017 Noruega se convirtió en el primer país del mundo en eliminar progresivamente la Frecuencia Modulada (FM) en la radio para reemplazarla por un nuevo estándar.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

Instaló el Sistema de Transmisión Digital de Audio (DAB) —por sus siglas en inglés—que ya está siendo utilizado en algunos países de Europa y Asia. En Ecuador, el trabajo de las radios en FM continúa, pero los proyectos de radiodifusión en la red (online) han adquirido importancia por la promoción de la música independiente. (El Telegrafo, 2017)

La convergencia digital, la apropiación y el uso de narrativas transradiofónicas para llegar a las audiencias a través de los dispositivos de pantalla, así como la gestión de la información, suponen una transformación del ecosistema comunicativo de la industria radial que exige comprender y redefinir el medio, los contenidos y la profesión (Andrés Barrios Rubio, 2017) . En este sentido la elaboración y difusión de los contenidos se enfrentan a dinámicas innovadoras como el fin de la linealidad y unidireccionalidad de la comunicación radio-audiencia.

El profesional de la Radio puede encontrarse con serias dificultades por la concepción informativa y visual que debe primar a la hora de transformar una noticia puramente radiofónica en otra específica para la Red y para sus usuarios. En definitiva, la creación multimedia es mucho más que una simple opción. Se trata de una auténtica necesidad para permanecer vigentes en el nuevo ecosistema comunicativo que se está configurando. (Legorburu)

Es evidente que los productores radiofónicos se han visto obligados a explorar y adaptarse a las potencialidades que presenta Internet y en gran medida deben producir contenidos para distribuirlos a través de múltiples dispositivos, plataformas y variados formatos. (Avilés Rodilla, 2019)

## **Plataforma sociales para transmitir contenido**

Además del tradicional equipo de escucha radiofónica y las emisiones a partir de Internet y las aplicaciones en smartphones, la radio encuentra ahora nuevas



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

plataformas de transmisión en espacios originalmente pensados para la comunicación interpersonal o para las redes sociales, como es el caso de la red social más popular Facebook, que se ha convertido en una plataforma de transmisión radiofónica. Una radio en la red social hecha para el público femenino fue la idea del empresario brasileño Vladimir Batalha, que creó en 2012 la Radio Ella FM para ofrecer compañía a las mujeres. El contenido es netamente dedicado a las mujeres, con nueve programas sobre temas muy diferentes, como tecnología, juegos, vida financiera, inversiones y las finanzas personales. (María del Pilar Martínez Costa, 2017)

En la actualidad es común ver la transmisión en vivo de nuestra radio preferida y lo más curioso es que lo podemos hacer desde nuestro ordenador, celular inteligente o tablet. Las redes sociales como Facebook e Instagram han representado una estrategia y buen complemento para que la audiencia radioescucha aumente, pues a las nuevas generaciones les atrae lo visual e innovador.

La Radio Digital se ha ido ganado su espacio entre la audiencia. Gracias a los perfiles creados en las redes sociales es posible hacer crecer y hacer más evidente la actividad de este medio. Al valerse de las nuevas herramientas tecnológicas es posible aumentar sus ingresos y acaparar diversidad en relación al público.

Hoy en día la nueva cultura digital se logra caracterizar por su indeterminación y en ella fuentes y públicos, públicos y fuentes, pueden contactar directamente los unos con los otros sin necesidad de la figura de intermediario, es decir sin periodista alguno. El mundo digital organizado en redes, ofrece nuevas y variadas alternativas para la denominada comunicación pública. Esta cultura suele cuestionar las funciones tradicionales del periodista como gatekeepers exclusivos de información, como inspiradores privilegiados de la agenda de setting, como los depositarios del derecho a la información o como intérpretes únicos de la realidad, que plasman en cada noticia. (Ruiz, 2020)





# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

Internet y los avances han permitido que exista la interactividad y la comunicación deje de ser unidireccional, al implementarse los nuevos recursos tecnológicos es posible que el comunicador exprese la información u opinión y del otro lado el consumidor o audiencia ya pueda emitir su comentario o realizar sugerencias de alguna índole.

Podemos pensar que la publicidad en la radio online no se percibe tanto como la que vemos en Facebook o Twitter, pero también ha pasado a formar parte del reparto publicitario que realizan las empresas. No debemos olvidar la labor informativa que tiene la publicidad también en la red y que puede, no solo promocionar negocios, también ofrecer soluciones que ayudan al oyente. (Guía de la Radio, 2020)

La radio se ha beneficiado gracias a las nuevas necesidades de contenidos y a las nuevas maneras de consumo, internet y los móviles le han dado otra oportunidad al sector. Según estudios lo digital sigue consiguiendo cada vez más tiempo de consumo (V3rtice, 2018)

## 2.4 TÉCNICAS APLICADAS

### Modalidad de investigación

La presente investigación se llevó a cabo bajo el método de investigación mixto, misma que se correlaciona o adhiere con las necesidades de nuestro estudio. Esta metodología nos permitió plantearnos en cada estación de la investigación que procedimiento es más oportuno para captar respuestas que ayuden a argumentar el trabajo.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

Según Chen (2006) el método mixto es la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una "fotografía" más completa del fenómeno, y señala que éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales. (Rocio Mariel Obez, 2018) Es así que en esta investigación se aprecia una combinación de componentes representados numéricamente y en la calidad o cualidad de las cosas que se analizan, lo que enriquece la sustentación.

Se hizo uso dos técnicas, una cualitativa como la entrevista y la segunda la de observación que es una técnica utilizada en investigaciones cualitativas y cuantitativas, es por ello que para la obtención de resultados se trabajó con un cuestionario y una ficha de observación

Se aplicó el método inductivo, para la apreciación de un comportamiento sin la intervención ni alteración del entorno, lo que permitirá captar acciones fidedignas e insta al indagador a conectarse con el objetivo. (Rivas-Torres, 1995) afirma:

El método inductivo consiste en la generalización de hechos, prácticas, situaciones y costumbres observadas a partir de casos particulares. Tiene la ventaja de impulsar al sujeto investigador, o investigador y ponerlo en contacto con el sujeto investigado u objeto de investigación. (p.29)

## **Técnicas aplicadas en la investigación**

Nuestra investigación se ha realizado aplicando técnicas que nos permitan recaudar información relevante acerca del comportamiento del objeto de estudio en un entorno real. Es por ello que hemos recurrido al uso de la observación. Según Bunge (2007) afirma:



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

La observación es el procedimiento empírico elemental de la ciencia que tiene como objeto de estudio uno o varios hechos, objetos o fenómenos de la realidad actual; por lo que en el caso de las ciencias naturales, cualquier dato observado será considerado como algo factual, verdadero o contundente; a diferencia, dentro de las ciencias sociales, el dato será el resultado que se obtiene del proceso entre los sujetos y sus relaciones por lo que no es tan factual y pudiera ser subjetivo. (Guillermo Campos y Covarrubias, 2012)

Para la recolección de datos que nos permita argumentar el análisis y futuros resultados, aplicamos la ficha de observación como instrumento, con este se pretende conocer los niveles de interactividad en las redes sociales de Facebook e Instagram en donde se examinará aspectos como; número de suscriptores, likes, número de veces que se comparte el contenido, formatos, etc.

La entrevista también fue utilizada como técnica para la recolección de información sobre el objeto de estudio. Según Cortazzo y Trindade (2014) afirma:

La entrevista es una interacción, lo que la va a diferenciar de una conversación común es el tratamiento que hacemos con la información que nos brinda esta interacción. A diferencia de una conversación cotidiana, la entrevista se sustenta en una hipótesis y será guiada por objetivos establecidos en función de nuestros intereses cognitivos. (Patricia Schettini, 2016)

El instrumento que se empleó para llevar a cabo la entrevista con el secretaria y encargada temporal y la periodista de Radio Génesis fue un cuestionario con preguntas referentes a nuestro objetivo de investigación. Según autores como: Hernández, Fernández y Baptista (2010) explican que “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”. Este instrumento debe



presentar preguntas que sigan una secuencia lógica con el fin de que el entrevistado aporte data abundante y relevante sin desorientarse del tema. (Ocampo, 2020)

## 2.5 RESULTADOS OBTENIDOS

A fin de cumplir con el objetivo del presente estudio de caso, se llevaron a cabo actividades que aporten a la recolección de datos, tales como la revisión de las redes sociales de Radio Génesis, para recoger información que ayude a sustentar este trabajo, así como la entrevista a una de las colaboradoras de la empresa radial.

Los resultados expuestos a continuación se basan en la información entregada por la Lcda. Tatiana Saltos, locutora de Radio Génesis, desde el 2018 hasta la actualidad y reportera de Tv Oro. A través de una entrevista previamente pactada se realizó una cita en las instalaciones de la entidad para obtener data de primera mano mediante un cuestionario de preguntas realizado con antelación.

### 1. Según su criterio ¿Por qué la radio tradicional no ha desaparecido?

Creo que no ha desaparecido, porque se ha actualizado y evolucionado. Con el tema de la digitalización y de las redes sociales la radio para no desaparecer ha tenido que evolucionar, transformarse para estar en otros formatos como; el tema online, que tiene que ver con las páginas web, redes sociales y algunas que incluso utilizan YouTube.

### 2. ¿Crees que si no hubiese evolucionado habría desaparecido?

Creo que con el pasar del tiempo una radio que no ha evolucionado, desaparezca, porque también hay que tener énfasis en el target, por ejemplos, las personas del campo, los transportistas son personas que escuchan 100% radio, no andan pendientes



## FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

### COMUNICACIÓN SOCIAL

### MODALIDAD PRESENCIAL

de escuchar música en las redes sociales. Las personas del campo trabajan con la radio encendida y los choferes de la misma forma.

#### **3. ¿A qué desafíos se ha visto expuesta ante la inmediatez de la información en las redes sociales?**

A caer quizás en la especulación o en las fake news, porque a veces por la desesperación de tener la primicia o lanzar una información rápida no la contrastas y al no hacerlo, se puede estar cayendo en la desinformación.

#### **4. Alguna experiencia personal sobre la emisión de fake news**

Si, una vez, nos pasaron información sobre un asalto al alcalde y a la final lo que se había suscitado era que el alcalde había mencionado a cerca de un asalto, pero pudimos rectificar el error.

#### **5. ¿Quién maneja la cuenta de Facebook e Instagram?**

Instagram casi no se maneja, pero quienes las manejan somos tres personas; las presentadoras, quienes nos encargamos de redactar la información y el productor, quien sube el tema de la publicidad y producir en los vivos.

#### **6. ¿Cómo llevan la interactividad con la audiencia?**

A través de las redes sociales y los números telefónicos de WhatsApp, que es un medio por el cual la gente hace conocer algún error o pide que confirmes una información. Además, por medio de los comentarios en Facebook, cuando se postea una información, la gente pide más detalles de la nota, como: ubicación exacta, día y hora. Así mismo en estos comentarios uno debe responder de alguna forma, sea por un like o un comentario, pues así la gente va a sentir que la radio está prestando atención a lo que ellos están comentando.



**7. ¿Cuántas personas aproximadamente se conectan a las transmisiones en vivo en Facebook?**

Un promedio de 10 a 11 personas. El número de conectados va variando en una transmisión. Por lo general cuando hay entrevistados en vivo, como autoridades, el número de conectados suelen aumentar.

**8. ¿Qué programas utilizan para transmitir la noticia?**

No estoy segura, pero para transmitir en Facebook creo que se utiliza Live S.

**9. ¿Han implementado alguna herramienta para mejorar la calidad de las transmisiones?**

Las cámaras y luces, ya que estas últimas se necesitaban, porque el set era bastante oscuro, también se adaptó un televisor, que nos ayuda a monitorear cómo estamos saliendo en vivo. Y el tema del software, usados para una mejor transmisión.

**10. ¿Cuáles son los roles que desempeña en un cibermedios? (Considerando la convergencia que represente la digitalización)**

El rol que cumpla es de redactor, presentadora, reportera, monitorear las redes sociales y cuando la situación lo amerita hasta hago de camarógrafa y cargo los trípodes.

**11. ¿Cuántas noticias se postean diariamente?**

La base es una noticia local, porque somos un pueblo pequeño. Sin embargo, si se suscitó un accidente eso amerita algo inmediato, porque hay noticias que, si pueden esperar, pero hay notas que deben ser inmediatas y se las publica de manera preliminar.

Además, cuando la policía comparte los partes policiales, se les da un tratamiento importante, manejando los términos de “se presume” y cuidando la identidad de los afectados y aprehendidos.



#### **12. ¿Cuántas personas se encargan de redactar las noticias y quiénes son?**

Somos dos las que nos encargamos de esta actividad.

#### **13. ¿Cuáles son los formatos que utilizan para informar?**

Las entrevistas, sean estas pregrabadas o en vivo, pues al tener una noticia se necesita contrastar la información y tener la voz oficial de las partes.

Y para darle más interacción a la página se alternan vídeos y textos. Por ejemplo, cuando es una imagen sí se pone un texto más abundante, pero no alargarse, porque no es lo mismo la redacción para la prensa escrita que una redacción para redes sociales, teniendo en cuenta que, en estas plataformas, máximo se debe escribir cinco párrafos de dos a tres líneas, porque si se pone un texto extenso se vuelve cansoso a la vista y la gente no lo va a leer.

#### **14. ¿Considera que las redes sociales han significado un recurso ventajoso para la radio, de ser así, de qué forma?**

Sí, porque han creado un poco más de cercanía, porque antes en la radio sólo se escuchaba la voz y tocaba imaginar cómo era esa persona, con las redes sociales y más que todo con la transmisión en vivo ya se puede ver a la persona y a través de la redacción diferenciar el estilo de cada redactor.

#### **15. ¿Crees que la radio se adapte a nuevos cambios digitales?**

Creo que sí. Es posible que la radio y los demás medios tradicionales formen un sólo conjunto direccionado a lo digital, porque eso evolucionará y lo que será en el futuro. De modo que, si la radio no continúa evolucionando, quedará obsoleta.

Según los datos recabados en la entrevista realizada a la Locutora de la radio, hemos concluido que: la producción, tratamiento y emisión de la información dentro del



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



## FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

### COMUNICACIÓN SOCIAL

### MODALIDAD PRESENCIAL

marco digital, puntualmente en las redes sociales, se está desarrollando de forma integral y responsable.

Las redacciones de las noticias cuentan con su propio estilo. La red social Facebook es la plataforma con mayor tráfico de información e interactividad, misma que es posible gracias a la digitalización incorporada por esta empresa radial.

Los datos expuestos a continuación fueron recabados a través de una entrevista consensuada con la secretaria y encargada provisional de radio Génesis Lidia Montalván, misma que lleva 10 años laborando en esta entidad, prestando sus servicios como auxiliar contable y gestora del área administrativa, teniendo a su cargo el pautaje de publicidad.

#### **1. ¿Cuándo se digitalizo radio Génesis?**

Empezó a digitalizarse hace aproximadamente cinco años atrás

#### **2. ¿Cómo ha reaccionado la radio ante la digitalización?**

Muy bien, se adaptó rápido, porque al ser radio, sólo debimos conectar el contenido con Facebook y luego ya creamos una página más estética y una cuenta en Instagram. Esto no significo un reto.

#### **3. ¿Cuál es la red social que tiene más visitas?**

Facebook, esta red social tiene más seguidores e incluso con esta plataforma empezamos en el mundo de la digitalización

#### **4. ¿Cuáles son los retos a los que se han enfrentado?**

Tal vez parte del personal se vio enfrentado a aprender un trabajo adicional como personalizar las fotografías a través de la edición, esto es uno de los retos singulares que se experimentó.





**5. ¿Qué redes sociales manejan hasta el momento?**

Facebook, Instagram, YouTube y Twitter.

**6. ¿Cómo responde la audiencia ante este formato?**

Siempre que se incursiona en cosas nuevas, cuesta al principio. La radio no quería desaparecer y por ello se sumó a la era digital, aunque al inicio no fue fácil, pues para que las personas se conecten con nosotros a través de estas plataformas debíamos darla a conocer y ser pacientes ante los resultados, es así que las personas poco a poco fueron visitando y sumándose a la radio digital Génesis, En la actualidad podemos decir que contamos con una audiencia fiel que nos sigue y confía en el trabajo que brinda la empresa. A pesar que en las transmisiones en vivo no se ve un número exorbitante de conectados, en las noticias redactadas y vídeos posteados la gente interactúa mucho.

**7. ¿Cómo están manejando la oferta publicitaria?**

Debido a la crisis sanitaria hemos bajado totalmente, se podría decir que en un 80%, y en las publicidades locales tenemos pocas. Es por ello que hemos tenido que hacer regalías y manejar ofertas económicas. Sin embargo, antes de la pandemia la situación ya se veía difícil, pues las empresas y emprendedores no estaban muy dispuestas a pautar con nosotros, pero al final lográbamos que accedan a anuncios en radio Génesis.

**8. ¿El costo de las publicidades han decaído frente a los canales de difusión como las redes sociales?**

El valor del servicio publicitario si se ha visto perjudicado, pero debido a la pandemia, por ejemplo, antes la publicidad más asequible era de \$100 y constaba de pasar tres veces al día la mención, ahora por este mismo valor la radio pasa 6 menciones pregrabadas emitidas en el espacio publicitario y adicional a esto se



realiza un vídeo que se cuelga en Facebook y por último el locutor hace una mención en vivo. Las redes antes del covid-19 eran de gran ayuda, para conseguir que pautaran en la radio.

#### **9. ¿Cuáles son los pro y contras a los que se ha expuesto Radio Génesis con la llegada de las redes sociales?**

Los beneficios han sido muchos, gracias a la digitalización y la modernización que representan las redes sociales podemos llegar a diferentes partes del mundo, lo que significa que tenemos más seguidores y por ende más conocidos.

En los en vivos podemos leer los mensajes de ecuatorianos que se encuentran en el extranjero y que envían saludos y recomendaciones a través de estas redes

La entrevista realizada a la secretaria de la radio Génesis nos ha otorgado datos relevantes que contribuyen a la interpretación del trabajo de producción y gestión que realizan en el campo digital; por ejemplo, se conoció el arduo trabajo que significa la venta de espacios publicitarios, lo bien que ha reaccionado la audiencia a la convergencia radial y confirmar que a pesar de contar con varias redes sociales, la que cuenta con mayor tráfico de información y visitantes es la plataforma de Facebook.

Radio Génesis es una de las empresas radiales interactivas más destacadas del cantón Huaquillas, pionera en la difusión de información. Se fundó el 31 de diciembre de 2002. Dentro de su parrilla se encuentran programas musicales y el noticiero “A viva voz”, que cuenta con dos emisiones diarias. Su cobertura abarca los 14 cantones y las 49 parroquias de la provincia de El Oro.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

Tabla 1. Información de la entidad radial



**Nombre:** Radio Génesis

**Frecuencia:** 107.5 FM

**Slogan:** Sin Límites (2018)

**Gerente:** Florencio Fárez Reinoso

**Ubicación:** Av. La República y Portovelo

Ficha 1. Realizada por el autor



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

RADIO GÉNESIS



[www.radiogenesis.com.ec](http://www.radiogenesis.com.ec)

10/02/2021 -28/02/2021

Vicente Fárez Reinoso

RADIO GÉNESIS RADIO GENSA S.A

Tabla 2. Niveles de interactividad.

Ficha de observación									
Identificar los niveles de interactividad									
	Suscriptores	Likes	Comentarios	Compartir	Noticias	Fecha de creación	Logo	Formatos	Link
<b>FACEBOOK</b>	11.851	10.182	28	155	3	2013		Fotos Vídeos: Entrevistas y en vivos.	<a href="https://www.facebook.com/radiogenesis">https://www.facebook.com/radiogenesis</a> <a href="https://www.facebook.com/radiogenesis">isec</a>
<b>INSTAGRAM</b>	879	14	4	-	32 publicaciones	28-07-2017		Fotos Vídeos	<a href="https://www.instagram.com/radiogenesis">https://www.instagram.com/radiogenesis</a> <a href="https://www.instagram.com/radiogenesis">isec/</a>

Realizada por el autor

Mediante la observación realizada y el análisis de los datos recabados se llegó a la conclusión de que Radio Génesis posee un estilo periodístico formal, la extensión de la redacción de las noticias vería según el suceso y el formato en que se presenten.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

Las publicaciones en vídeo van acompañadas de una pequeña introducción, datos adicionales al audiovisual, mientras que a las fotografías se adjunta un texto mucho más abundante.

También se pudo apreciar la interactividad que tiene el medio con la audiencia, sea a través de un like en un comentario expuesto por el público en alguna redacción o respondiendo y saludando a quienes se conectan en los en vivos.

### III. CONCLUSIONES

Según el análisis realizado podemos llegar a la conclusión de que Radio Génesis ha sabido adaptarse y mantenerse en el medio comunicacional, tras la llegada de la era digital, éste medio informativo ha transformado su entorno y el mecanismo para comunicar. Dentro de lo observado pudimos notar que esta radio digital es versátil y mantiene una estructura fácil de entender. Esto gracias a elementos como: la calidad de las transmisiones en vivo, los colores y ambiente de la cabina de locución.

Las redes sociales con mayor número de seguidores e interactividad son Facebook e Instagram, y entre ambas la que tiene mayor tráfico y visitas es Facebook, esto fue posible documentarlo al estar en contacto directo con la radio y tomar el puesto como un radioescucha.

Los programas con mayores afluencias son el noticiero “A viva voz”, mismo que cuenta con dos emisiones en horario matutino 6:30-8:00 y la segunda emisión a las 12:30- 13:30, la gente escucha y se concentra a Facebook e interactúa con preguntas y saludos, debido a la variedad del contenido que se maneja en este espacio. Otro de los programas con mayor visibilidad es “Diversión total” que se transmite a



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

las 14:00 a 17:00, su buena acogida se debe a la temática que se maneja. Se puede hacer llamadas en vivo y participar para algún sorteo o sugerir una canción.

Radio Génesis cuenta con un personal diligente. Cada integrante de la empresa está presto a realizar actividades propias de su cargo, cómo colaborativas, ejemplo de ello es la producción del contenido expuesto en las redes sociales. Las locutoras son las encargadas de la redacción, sin embargo, si surge algún imprevisto, ellas también editan las fotografías y graban el contenido. En las redes sociales se utilizan vídeos, imágenes, narrativas y elementos que aporten a la visibilidad de la radio y su función.

A pesar de tener un gran número de seguidores en la red social Facebook, el número de personas en las transmisiones en vivo es bajo. El promedio de conectados varía entre 10 y 11 personas. Sin embargo, cuando se realizan entrevistas a autoridades relevantes los conectados aumentan. Además, existe una interactividad considerable entre audiencia y el periodista, tanto en los en vivos como en los posteos de la página.

Las publicaciones en las redes sociales son regulares y los formatos son variados, por ejemplo, se postean fotografías acompañadas de texto que sustente la noticia, vídeos pregrabados o en vivos. No obstante, a pesar de manejar diferentes métodos para comunicar, en repetidos casos se notó que la redacción de los hechos es demasiado extensa y que los vídeos en exteriores no cuentan con una buena estética, pues es evidente la calidad de las tomas, que se presentan cortadas y con muchos movimientos.

La adaptabilidad de esta radio ha sido progresiva, a pesar de ello, es prudente mencionar que Génesis Fm en aspectos como pautas publicitarias se ha visto enfrentada a diferentes retos; como el descenso de contratos publicitarios y la reducción de los valores de los espacios comerciales, esto debido a que las personas se muestran escépticas ante la eficacia que representa la difusión por este medio.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

También pudimos percatarnos de que para lograr que las personas pacten con la radio, se debía preparar un discurso persuasivo que convenza al cliente, dentro de este diálogo se plantean propuestas como; duplicar las menciones, grabar un vídeo personalizado para las redes sociales y demás regalías.

## IV. RECOMENDACIONES

Una vez concluido el presente trabajo investigativo se pone a disposición las siguientes recomendaciones:

- Pese a que no todas las redacciones de noticias son extensas, es conveniente que se manejen en su totalidad narrativas cortas, pues las personas al entrar a las redes social o leer una nota digital, desean encontrar contenido conciso y preciso.
- Continuar mostrando interés en la opinión de la audiencia a través de la interactividad y espacios prestados para que el público se exprese y comparta su opinión.
- Capacitar al personal para lograr que las grabaciones realizadas en exteriores sean de mejor calidad y así lograr que los audiovisuales tengan altos niveles de difusión.



## V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Andrés Barrios Rubio, M. G.-G. (2017). Reconfiguración de las dinámicas de la industria radiofónica colombiana en el ecosistema digital. *Scielo*, 4.
- Ariel Lara Cáceres, C. V. (2003). La radio en la era digital. *La radio en la era digital*. Chile, Santiago, Chile. Obtenido de [http://www.periodismo.uchile.cl/archivos/tesis\\_radio.pdf](http://www.periodismo.uchile.cl/archivos/tesis_radio.pdf)
- Avilés Rodilla, C. (2019). *Acta Académica*. Obtenido de Acta Académica: <https://www.aacademica.org/21redcom/274>
- Camargo, J. G. (1998). El mundo de la Radio. En J. G. Camargo, *El mundo de la Radio* (pág. 23). Quito: QUISPUS.
- Castro Franco, C. C. (15 de 03 de 2017). *Repositorio UCSG*. Obtenido de Repositorio UCSG: [repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7678/1/T-UCSG-PRE-TEC-ITEL-176.pdf](http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7678/1/T-UCSG-PRE-TEC-ITEL-176.pdf)
- CurioSfera Historia. (06 de 11 de 2020). *CurioSfera Historia*. Obtenido de <https://curiosfera-historia.com/historia-de-la-radio/>
- El Telegrafo. (16 de 01 de 2017). Radios digitales ayudan a difundir música local. *El Telegrafo*, págs. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/radios-digitales-ayudan-a-difundir-musica-local>.
- Gago, S. G. (30 de 08 de 2014). *Radios Libres*. Obtenido de Radios Libres: <https://radioslibres.net/22-que-diferencias-hay-entre-am-y-fm/>
- Gavaldà, J. (13 de 02 de 2020). *National Geographic Historia*. Obtenido de National Geographic Historia: [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/marconi-y-primera-transmision-por-radio-historia\\_14204](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/marconi-y-primera-transmision-por-radio-historia_14204)
- González, A. G. (2010). Radio digital einteractiva. Formatos y prácticas sociales. *Icono 14*, 138.
- González, A. G. (2013). De la radio interactiva a la radio transmedia: *Icono14*, 256.
- Guia de la Radio*. (10 de 01 de 2020). Obtenido de Guia de la Radio: <http://guiadelaradio.com/la-publicidad-en-el-mundo-de-la-radio-online>





- Guillermo Campos y Covarrubias, N. E. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 49. Obtenido de Dialnet:  
file:///D:/respaldo%20actual/Downloads/Dialnet-LaObservacionUnMetodoParaElEstudioDeLaRealidad-3979972%20(1).pdf
- ISDI. (13 de 02 de 2017). *ISDI Digital Talent*. Obtenido de ISDI Digital Talent:  
<https://www.isdi.education/es/isdigital-now/blog/actualidad-digital/la-radio-y-su-adaptacion-al-mundo-digital#:~:text=La%20era%20digital%2C%20lejos%20de,estos%20resurjan%20de%20sus%20cenizas.&text=Sin%20embargo%2C%20lejos%20de%20tratar,tradiciones%20a%2>
- KienyKe. (13 de 02 de 2019). Conozca la historia de la radio en América Latina. *KienyKe*, 1.
- La cebra que habla. (13 de 02 de 2019). *LA CEBRA que habla*. Obtenido de LA CEBRA que habla: <https://lacebraquehabla.com/la-radio-historia-evolucion-y-actualidad/>
- Legorburu, J. M. (s.f). Radio, Ceros y uno: diez años de digitalización. *Mediaciones*, 110.
- María del Pilar Martínez Costa, N. P. (2017). La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha. *Scielo*, 118.
- MinTIC. (07 de 09 de 2020). *MinTIC*. Obtenido de MinTIC:  
<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sistemas-MINTIC/SGE-Sistema-de-Gestion-del-Espectro/Informacion-General/2350:Espectro-Radioelectrico>
- Ocampo, P. D. (23 de 06 de 2020). *Investigalia*. Obtenido de Investigalia:  
<https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>
- ONU. (13 de 02 de 2020). *Naciones Unidas*. Obtenido de Naciones Unidas:  
<https://www.un.org/es/observances/radio-day>
- Patricia Schettini, I. C. (2016). *Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa*. La Plata: Edulp.
- Rivas-Torres, A. T. (1995). Manual de investigación documental: elaboración de tesinas. En A. T. Rivas-Torres, *Manual de investigación documental: elaboración de tesinas* (pág. 29). Plaza y Valdés, México, 1995.
- Rocio Mariel Obez, ., L. (2018). *CIAIQ*. Obtenido de CIAIQ:  
file:///D:/respaldo%20actual/Downloads/1685-Texto%20Artigo-6557-1-10-20180625.pdf
- Rodriguez, P. (3 de 03 de 2013). *Xatakahome*. Obtenido de Xatakahome:  
<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=radio+am+inicios>



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

Ruiz, L. R. (04 de 09 de 2020). *Lucas Piñin*. Obtenido de Lucas Piñin:  
<https://pininlucas.blogspot.com/2020/09/paper-para-p-radial.html>

Uriarte, J. M. (09 de 06 de 2020). *Caracteristicas.co*. Obtenido de Caracteristicas.co.:  
<https://www.caracteristicas.co/historia-de-la-radio/>

V3rtice. (07 de 09 de 2018). Obtenido de V3rtice: <https://www.v3rtice.com/oportunidad-para-la-publicidad-en-la-radio-digital-n-394-es>

Yáñez, A. L. (2013). Gestión del espectro radioeléctrico en Ecuador138El espectro radioeléctrico se concibió inicialmente como una idea matemática y, luego, después de varios años de evolución tecnológica, se ha convertido en una poderosa herramienta, clave para el desarrollo de la. En A. L. Yáñez, *Serio Magíster* (Vol. 138, págs. 14,15). Quito: Corporación Editora Nacional. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3833/1/SM138-Llanos-Gestion.pdf>