

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE CUENCA

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

*Trabajo de titulación previo
a la obtención del título de
Licenciado en Comunicación Social*

**MEMORIA TÉCNICA DEL PRODUCTO COMUNICATIVO:
“GUÍA PRÁCTICA DE GESTIÓN DE CONTENIDOS PARA UNA
RADIO UNIVERSITARIA: HÍPER RADIO ONLINE”**

AUTOR:

ALEJANDRO BRADLEY LUDEÑA ZAMBRANO

TUTOR:

PEDRO LUCIANO COLÁNGELO, Ph.D

CUENCA - ECUADOR

2020

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Alejandro Bradley Ludeña Zambrano con documento de identificación N° 0705172492, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de titulación: **“GUÍA PRÁCTICA DE GESTIÓN DE CONTENIDOS PARA UNA RADIO UNIVERSITARIA: HÍPER RADIO ONLINE”**, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: *Licenciado en Comunicación Social*, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, febrero del 2020



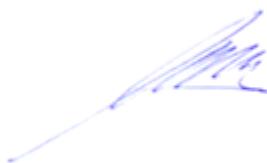
Alejandro Bradley Ludeña Zambrano

C.I. 0705172492

CERTIFICACIÓN

Yo, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: **“GUÍA PRÁCTICA DE GESTIÓN DE CONTENIDOS PARA UNA RADIO UNIVERSITARIA: HÍPER RADIO ONLINE”**, realizado por Alejandro Bradley Ludeña Zambrano, obteniendo el *Producto Comunicativo*, que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, febrero del 2020



Lcdo. Pedro Luciano Colángelo, Ph.D

C.I. 1752052108

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Alejandro Bradley Ludeña Zambrano con documento de identificación N° 0705172492, autor del trabajo de titulación: **“GUÍA PRÁCTICA DE GESTIÓN DE CONTENIDOS PARA UNA RADIO UNIVERSITARIA: HÍPER RADIO ONLINE”**, certifico que el total contenido del *Producto Comunicativo* es de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Cuenca, febrero del 2020



Alejandro Bradley Ludeña Zambrano

C.I. 0705172492

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi agradecimiento fraterno a mi familia, por ayudarme en el camino durante el tiempo de mis estudios, sobre todo a mi madre Rosa Esperanza Zambrano, pues fue la persona que me apoyó en esta etapa de mi vida y me impulsó a cumplir este objetivo.

Además de esto, manifiesto mi gratitud a mis amigos y docentes de la universidad, entre ellos a Pedro Luciano Colangelo, con el cual pude encontrar un amigo en quien confiar.

Y claro esta, por acompañarme durante este proceso de formación académica.

DEDICATORIA

Dedico mi proyecto de titulación a mis hijos Fernando Ludeña y a Alejandro Ludeña Jr. Pues fueron el pilar fundamental en esta etapa de mi vida, por su amor incondicional. Manifiesto mi gratitud por ser las personas que me acompañaron en este proceso, así como también quienes me impulsaron a cumplir mis objetivos.

Contenido

INTRODUCCIÓN	1
1. Problema	2
2. Justificación	2
2.1 Objetivo general	3
2.2 Objetivos específicos	3
3. Metodología	3
4. Marco teórico.....	4
4.1 Definición de la radio universitaria	4
4.2 La radio universitaria en América Latina	4
4.3 La radio universitaria en Ecuador	5
4.4 La radio y el internet	6
4.5 Programación de contenidos de una emisora universitaria.	6
4.6 Justificación de contenidos de una emisora universitaria.	7
4.7 Gestión de contenidos de una emisora universitaria.	7
4.8 ¿Hacia dónde debe dirigirse la radio universitaria?	9
5) Análisis cuantitativo de datos del sexo femenino	9
6) Análisis cuantitativo de datos del sexo masculino	26
7) Análisis cualitativo.....	40
8) Conclusión	41
Referencias bibliográficas.	44
ANEXOS	46
Anexo 1.....	46

Manual de gestión de contenidos para una radio universitaria: Híper Radio Online.....	47
Anexo 2.....	55
Anexo 3: Entrevistas.....	58
Anexo 4: Modelo de guion para Híper Radio Online.	59

Índice de Tablas del sexo femenino

Tabla 1: Sexo	10
Tabla 2: Edad	11
Tabla 3: Carrera a la que pertenece.....	11
Tabla 4: Semestre que cursa	14
Tabla 5: Frecuencia con la que escucha radio.....	15
Tabla 6: Temáticas que deberían formar parte de una radio universitaria	16
Tabla 7: La gestión para la realización de una radio universitaria	18
Tabla 8: Aspectos que deberían ser considerados en la programación de una radio universitaria.....	20
Tabla 9: Preferencia Musical	22
Tabla 10: Considera Importante la radio universitaria para fomentar la vinculación, investigación, y de la educación superior con la sociedad	24
Tabla 11: ¿Por qué?	25

ÍNDICE DE GRÁFICOS DEL SEXO FEMENINO

Gráfico 1: Sexo	10
Gráfico 2: Edad	11
Gráfico 3: Carrera a la que pertenece	13
Gráfico 4: Semestre que cursa	14
Gráfico 5: Frecuencia con la que escucha radio	15
Gráfico 6: Temáticas que deberían formar parte de una radio universitaria	17
Gráfico 7: La gestión para la realización de una radio universitaria	19
Gráfico 8: Aspectos que deberían ser considerados en la programación de una radio universitaria	21
Gráfico 9: Preferencia musical	23
Gráfico 10: Considera Importante la radio universitaria para fomentar la vinculación, investigación, y de la educación superior con la sociedad	24
Gráfico 11: ¿Por qué?	26

Índice de Tablas del sexo masculino

Tabla 1: Sexo	26
Tabla 2: Edad	26
Tabla 3: Carrera a la que pertenece	27
Tabla 4: Semestre que cursa	29
Tabla 5: Frecuencia con la que escucha radio	30
Tabla 6: Temáticas que deberían formar parte de una radio universitaria	31
Tabla 7: La gestión para la realización de una radio universitaria	33
Tabla 8: Aspectos que deberían ser considerados en la programación de una radio universitaria	35
Tabla 9: Preferencia Musical	36
Tabla 10: Considera Importante la radio universitaria para fomentar la vinculación, investigación, y de la educación superior con la sociedad	37
Tabla 11: ¿Por qué?	38

ÍNDICE DE GRÁFICOS DEL SEXO MASCULINO

Gráfico 1: Sexo	26
Gráfico 2: Edad	27
Gráfico 3: Carrera a la que pertenece	28
Gráfico 4: Semestre que cursa	29
Gráfico 5: Frecuencia con la que escucha radio	30
Gráfico 6: Temáticas que deberían formar parte de una radio universitaria	32
Gráfico 7: La gestión para la realización de una radio universitaria	34
Gráfico 8: Aspectos que deberían ser considerados en la programación de una radio universitaria	35
Gráfico 9: Preferencia musical	36
Gráfico 10: Considera Importante la radio universitaria para fomentar la vinculación, investigación, y de la educación superior con la sociedad	37
Gráfico 11: ¿Por qué?	39

INTRODUCCIÓN

La carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca, cuenta con una radio universitaria que hasta el día de hoy cuenta con tres periodos: La primera desde noviembre 2013 a junio de 2015, funcionó de lunes a viernes y contaba con la Directora de Carrera Gioconda Beltrán, y con la coordinación de Pedro Colangelo.

La segunda etapa estuvo marcada por una pausa prolongada, todo esto debido a que no había contenido radiofónico sustentable, así como el personal técnico que se necesita para hacer posible una radio universitaria.

Por ello, en noviembre de 2019, comienza una tercera y nueva etapa de la radio, bajo la dirección de Andrea De Santis como Director de Carrera, y de Pedro Colangelo como Coordinador, además de la ayuda de estudiantes que mediante un concurso postularon para ser parte de esta nueva etapa Alejandro Ludeña, Andrés Arias y Pablo Deleg.

Los mismo, impulsan nuevos proyectos para retomar la radio de la carrera, pero esta vez con una nueva imagen y nombre que paso de ser Ups Que Nota a Hiper Radio Online sin embargo, la radio no tiene una programación de contenidos específicos por lo cual se ha visto la necesidad de realizar una guía práctica de gestión de contenidos para una radio universitaria: Híper Radio online con el fin de que la radio se mantenga activa, es decir, en funcionamiento y que llegue a la comunidad salesiana.

Tema: Guía práctica de gestión de contenidos para una radio universitaria: Híper Radio online.

1. Problema

La idea de realizar este producto comunicativo se debe a que actualmente la radio de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca, se encuentra en funcionamiento, pero no incluye una programación idónea, constante, y que previamente haya sido sustentada en base a parámetros que establecen producir contenidos radiofónicos de nivel académico.

Esto ha provocado que Híper Radio Online, actualmente se encuentre sin contenido. Esta guía práctica de gestión de contenidos justamente busca que Híper Radio Online cuente con una programación radial con altos estándares de calidad, que previamente haya sido sustentada, revisada, aprobada de acuerdo con las necesidades e intereses de la universidad.

2. Justificación

El afán de realizar este proyecto de titulación, radica en que Híper Radio Online de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca, debe incluir una programación sostenible, que como medio de comunicación sepa qué tipo de contenidos producir.

Lo anteriormente detallado será puesto en práctica gracias a una guía práctica de gestión de contenidos. Durante el período comprendido entre julio de 2015 y octubre de 2019, no se tomó en cuenta el análisis de pertinencia en la producción de contenido, sobre todo debido a que hubo constantes problemas con los servidores y la infraestructura,¹ así como una forma idónea de producir contenido radial universitario. De esta forma, y aplicando los parámetros correctos, se buscará educar y entretener a los oyentes, sean estos estudiantes o del público en general, con toda la profesionalidad que compete hacer una radio universitaria.

¹ Durante el período citado existieron, sin embargo, algunos programas impulsados por estudiantes. Pero ellos no respondían a una estructuración gestionada desde las necesidades académicas.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

- Generar un documento base de gestión de contenido radial universitario, de acuerdo a las necesidades e intereses de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca.

2.2 Objetivos específicos

- Definir el alcance teórico - práctico del contenido radial universitario.
- Justificar la implementación de una guía práctica de gestión de contenidos.
- Establecer criterios de contenido para la programación radial de Híper Radio Online de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca.

3. Metodología

Para llevar a cabo este proyecto, se aplicó una metodología cuantitativa-cualitativa.

El método de recolección cuantitativo de datos se basó en la aplicación de encuestas a estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, con un cuestionario orientado a la gestión de contenidos de una radio universitaria.

Se aplicaron 200 encuestas al azar, tanto en el turno matutino como vespertino. La muestra permitió establecer un muestreo no riguroso de las preferencias, sobre un tema que no estuvo en la agenda académica de quienes fueron encuestados. Sin embargo, los resultados fueron altamente significativos para la confección del manual de gestión de contenidos radiales.

Además de esto, como método mixto (cuantitativo-cualitativo), se realizaron entrevistas estructuradas de forma directa a los directores o encargados de otras radios universitarias, para obtener aspectos relevantes sobre la gestión general de una emisora universitaria, al momento de producir contenidos.

Por otro lado, en el terreno de las herramientas eminentemente cualitativas, se realizó indagación bibliográfica crítica sobre como producir contenidos para una radio universitaria. De esta forma, se permitió tener una mejor visión acerca del tema, así como también al momento de ponerlo en práctica.

4. Marco teórico

4.1 Definición de la radio universitaria

La radio universitaria es un espacio radial que brinda espacio para la comunidad, en sí, “es un servicio público sin fines de lucro, solventada financieramente por los propios centros de educación superior. Su mayor reto está en captar la audiencia y por ello debe competir con radios comerciales, públicas y comunitaria” (Mullo, Yaguana, & Lorena, 2017, pág. 122), sin embargo, algunos expertos señalan que “la radio universitaria no compite con las radios comerciales, su misión no es ampliar en números la audiencia. Sino establecer una segmentación de público que interactúe y se empodere de los contenidos emitidos” (Mullo, Yaguana, & Lorena, 2017, pág. 122).

4.2 La radio universitaria en América Latina

La primer Universidad a nivel de Latinoamérica que contó con un radio fue la Universidad de la Plata, en Argentina desde el 23 de noviembre de 1923 (Asuaga, 2007). En 1930 La emisora Cultural de la Universidad de Antioquia aparece siendo la segunda radio universitaria en Latinoamérica, ofreciendo un servicio informativo, educativo y cultural a la sociedad colombiana. (Mullo, Yaguana, & Lorena, 2017)

Años más tarde en 1937 en Chile nace la tercera radio universitaria a nivel de América Latina llamada Radio Universidad Técnica Federico Santa María (Radio UTFSM) gracias a la inquietud científica de los investigadores. (Aguaded & Martín, 2014). Así mismo en este año nace la radio Nacional Autónoma de México.

En el 2009 las radios universitarias del Latinoamérica se asocian formando la Red de Radios Universitarias de América Latina y el Caribe (RRULAC) que la conforman países como: Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, México, Nicaragua, Paraguay, Uruguay y Venezuela son establecidas con fines de desarrollo académico y de comunicación (Red de Radios Universitarias de América Latina y el Caribe, RRULAC, 2014).

La asociación de Radios Universitarias de Chile se conoce como “Red de Radios Universitarias de Chile (REUCH)” (<http://reuch.cl/proposito/>). En Colombia las emisoras académicas se agrupan se asocian como la “Red de Radios Universitarias de Colombia (RRUC) (Red de Radios Universitarias de Colombia).

En Ecuador existe la Red de Radios Universitarias del Ecuador (RRUE) creada para estrechar vínculos entre las instituciones educativas universitarias del país que actúen en el campo de la comunicación radiofónica (Red de radios Universitarias del Ecuador, 2013).

La Asociación de Radios Públicas y Universitarias de América Latina y el Caribe (ARPUALC 2016), fue creada en México en el 2016, cuyo objetivo es lograr un desarrollo de la radio pública y universitaria de América Latina y del Caribe, fomentando la unión, el dialogo y la colaboración entre quienes la conforman, promover e instaurar vínculos de cooperación que fortalezcan las relaciones entre las emisoras de radio pública y universitaria de América Latina y el Caribe.

4.3 La radio universitaria en Ecuador

En Ecuador se registran 19 emisoras universitarias. La creación y difusión de programas realizados desde las instalaciones universitarias respectivas son distribuidas en formatos tradicionales y vía web 2.0. El internet presenta una gran ventaja económica para la transmisión de contenidos de la Radios Universitarias. (Mullo, Yaguana, & Lorena, 2017)

4.4 La radio y el internet

A partir de los avances tecnológicos, el hombre ha visto la necesidad de adaptar los medios tradicionales a internet, es decir, pasar de un espacio físico a un espacio digital. En la actualidad, lo digital ocupa un espacio importante en la sociedad porque revolucionó las herramientas de comunicación tradicional, de hecho hoy en día:

Es tan fácil transmitir una gran cantidad de información a grandes distancias, como por ejemplo la transmisión de noticias, propagandas, música, información varia, por medio de aparatos tecnológicos, conocidos también como medios tales como: la televisión, el radio, el computador, el celular, etc., pero todo eso no sería imposible si no existieran las redes; señales eléctricas que permiten enviar cantidades de información a grandes distancias, a esto se los conoce como fenómenos paralelos en el beneficio de las comunicaciones a través de la historia. (Guaña, Quinatoa, & Pérez, 2017, pág. 6)

A pesar de la aparición de la internet la radio:

Ha sabido sobreponerse a los grandes retos con los que ha tenido que enfrentarse: en su día, fue capaz de encontrar herramientas para competir con la televisión y, en las últimas décadas, ha sido capaz de incorporarse sin ningún problema al nuevo entorno digital. Algo parecido ha sucedido en el caso de las emisoras universitarias. Los nuevos sistemas de distribución de los contenidos de la programación, como el streaming en internet, las aplicaciones para telefonía o las redes sociales, se han convertido en su salvavidas para sortear las licencias de emisión por onda (Ortiz, 2018, pág. 14)

4.5 Programación de contenidos de una emisora universitaria.

Dido y Barberis (2006) señalan que los contenidos radiales tienen mucha influencia en la audiencia al momento de tomar decisiones sobre algún requerimiento social. Por esta razón, la temática de programación de una radio universitaria debe ser variada, principalmente de índole humanístico, didáctico, cultural y folclórico.

(Prieto, 1996) sitúa a la emisora como una instancia que solo se ocupa de llevar a la comunidad sea de la universidad o de la sociedad en general. lo que se considera lo más selecto de la cultura.

Los contenidos que difunden estas emisoras difunden el conocimiento científico de la comunidad universitaria y de esta manera favorecer la imagen de su institución (Vázquez, 2009).

La comunicación radiofónica universitaria se concibe como un vehículo para la divulgación de los conocimientos generados en el entorno académico y como nexo favorecedor de la integración entre los miembros de la institución y, en consecuencia, de refuerzo del sentimiento de pertenencia a la comunidad (Alvarez & Ramiro, 2005).

La radio entonces se transforma en una plataforma de democracia dentro de la comunicación tanto para públicos internos y externos de la universidad. Todo esto, en vinculación con la sociedad.

Los actores sociales encargados de estas temáticas son en su totalidad estudiantes, docentes, grupos de investigación, tales como el académico, comunicativo, socio – político, deportivo y cultural, así como de otros profesionales dentro de la universidad.

4.6 Justificación de contenidos de una emisora universitaria.

La programación de una radio universitaria, además de atraer a la audiencia, deberá realizar la labor de informar y brindar conocimientos, todo esto con la finalidad de transformar el entorno social a través de la comunicación (López, Yaguana, & Alvarez, 2017) .

De esta forma los contenidos de una radio universitaria son sostenibles cuando la emisora difunde conocimientos culturales, educativos, así como temáticas de índole investigativo, pero no solo con la finalidad de que la audiencia consuma la información, si no que se logre la reflexión o responder sobre alguna necesidad o decisión en particular en los oyentes.

4.7 Gestión de contenidos de una emisora universitaria.

Portugal y Yudchak (2008) afirman que todo medio de difusión radial debe contar con un equipo de trabajo, los mismos que tienen por objetivo, buscar, procesar y publicar la información. Las emisoras universitarias no son la excepción, así que también necesitan de un sistema de gestión de contenidos para su funcionamiento.

Existen múltiples modelos de gestión de contenidos en las radios universitarias existentes. El contenido radial de algunas Universidades es gestionado por los alumnos

en base a sus intereses o aficiones a emisoras que ejercen donde exponen los trabajos de los alumnos durante el curso, sin que exista una programación establecida.

En otros casos el contenido radial es supervisado por la universidad y otros dependen únicamente del departamento de comunicación. También hay emisoras universitarias donde trabajan profesionales de la radio (Anaya & Lazo, 2014).

El auge de las redes sociales ha hecho que cada vez sean más las emisoras universitarias que se lanzan a la publicación y gestión de contenidos en ellas, lo que se hace, por el momento, fundamentalmente a partir de la intuición y de la experimentación en la propia plataforma, pero sin un sustento teórico específico que guíe y respalde la tarea de las emisoras universitarias en este sentido (Casajús, 2012, pág. 54)

GESTION DE CONTENIDOS

DIRECTOR DE LA EMISORA

PRODUCTOR DE PROGRAMACIÓN

DIRECTOR DE PROGRAMACIÓN

EQUIPO TÉCNICO

EQUIPO ADMINISTRATIVO

DEPARTAMENTO DE MARKETING

4.8 ¿Hacia dónde debe dirigirse la radio universitaria?

El Licenciado Wilson Garate declaró que la radio hablada es aquella radio que propone contenidos informativos, entonces hacia eso debe ir la radio universitaria, es decir, debe aprovechar la coyuntura. La radio debería difundir la ciencia y la tecnología, y, por otra parte, la cultura, pues tenemos 16,000 estudiantes y alrededor de 3.000 profesores, por lo tanto, la radio podría difundir lo que los estudiantes y profesores son capaces de proponer (W. Garate, comunicación personal, 24/10/2019).

A partir de lo mencionado, se puede decir, que la radio universitaria debe producir y generar contenidos informativos, educativos y culturales, es decir, una radio diversa y variable, mediante la cual se difunda las actividades que realizan los estudiantes y docentes de la institución.

Por otra parte, el Licenciado Vladimir Argudo señala que la radio universitaria se diferencia de la radio comercial porque no hay fines de lucro, pero la esencia es la misma, en el sentido de que hay que informar, comunicar, educar, entretener, que la radio sea atractiva para la audiencia. (V. Argudo, comunicación personal, 24/10/2019).

Por tanto, la radio universitaria no tiene fines de lucro, tampoco le interesa la competencia como sucede en la radio comercial, pero persigue el mismo objetivo que es informar.

No obstante, el licenciado Hugo Guillermo menciona que lo primero que debe tener la radio universitaria es una misión, visión y una buena programación, sin dejar de lado la parte académica, que haya participación de todas las facultades de la universidad. (H. Guillermo, comunicación personal, 24/10/2019).

Entonces, toda radio universitaria debe plantear una misión, visión y buen contenido de programación en el que se incluya a toda la comunidad universitaria.

5) Análisis cuantitativo de datos del sexo femenino

Encuesta sobre las preferencias de los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca en el marco de la gestión de contenidos de una radio universitaria.

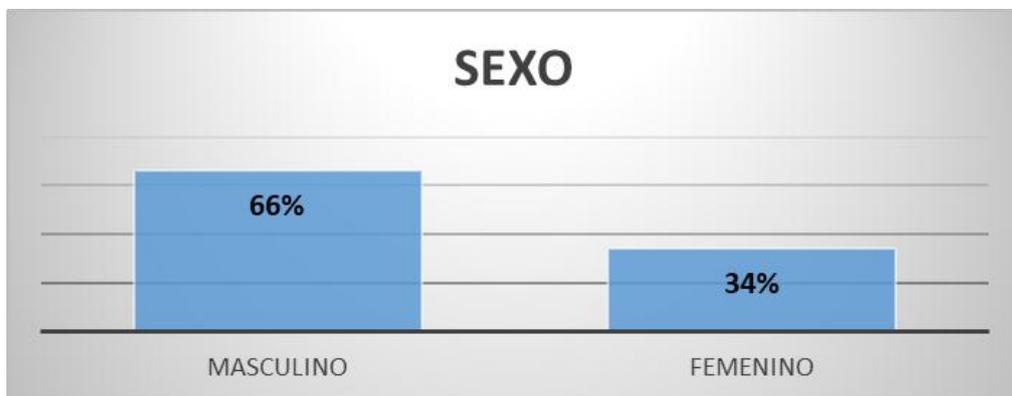
Tabla 1: Sexo

SEXO	Nro.	PORCENTAJE
Masculino	132	66%
Femenino	68	34%
TOTAL	200	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 1: Sexo



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°.1, referente al sexo, se observa que, de las 200 personas encuestadas, el 66%, son de sexo masculino, mientras que el 34%, pertenecen al género femenino.

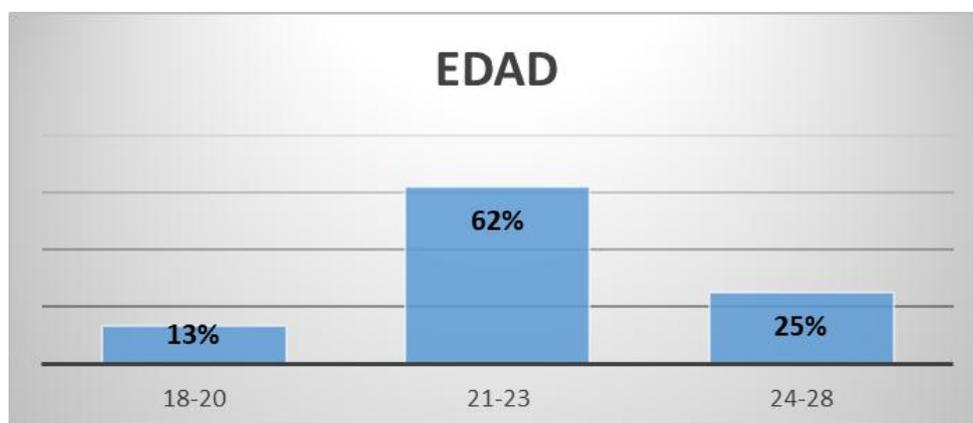
Tabla 2: Edad

RANGO DE EDAD	Nro.	PORCENTAJE
18-20	9	13%
21-23	42	62%
24-28	17	25%
TOTAL	68	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 2: Edad



Fuente:

trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N °2, referente a la edad, se observa que, de las 200 personas encuestadas, con respecto al sexo femenino: el 13%, tienen entre 18-20 años de edad, mientras que el 62%, tienen entre 21- 23 años de edad, y el 25%, tienen entre 24-28 años de edad.

Tabla 3: Carrera a la que pertenece

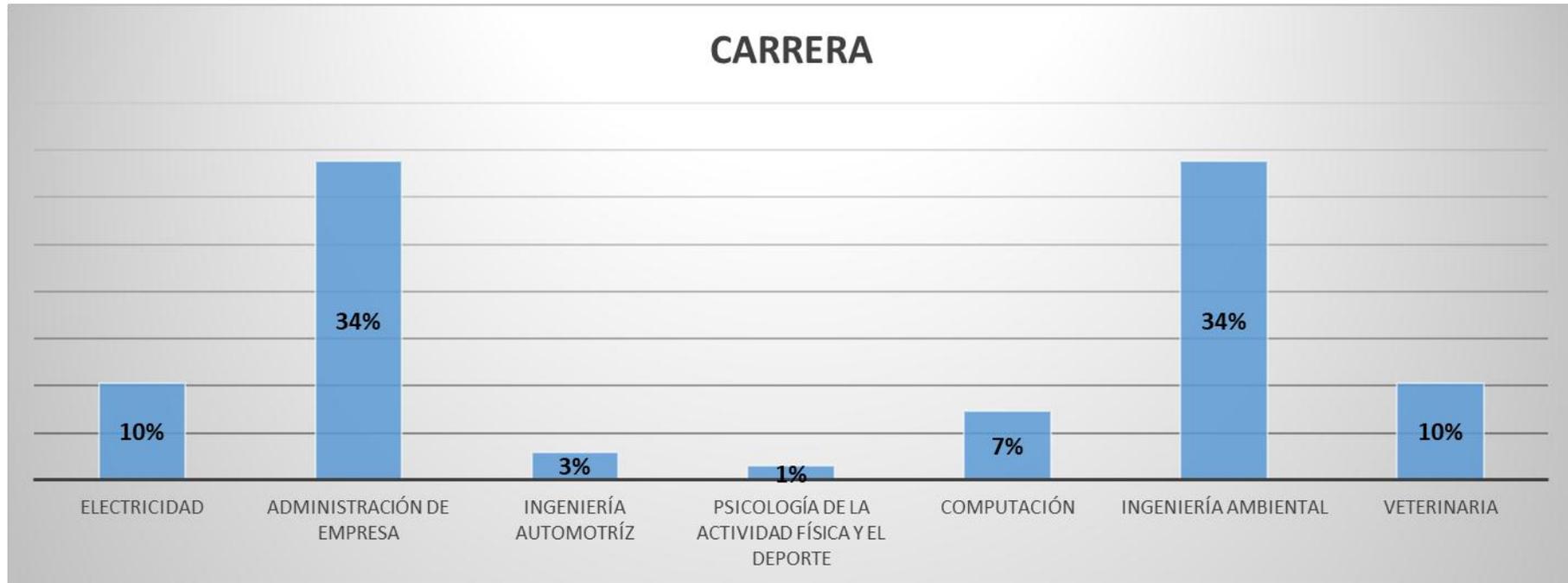
CARRERA	Nro.	PORCENTAJE
Electricidad	7	10%

Administración de empresa	23	34%
Ingeniería Automotriz	2	3%
Psicología de la actividad física y el deporte	1	1%
Computación	5	7%
Ingeniería ambiental	23	34%
Veterinaria	7	10%
TOTAL	68	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 3: Carrera a la que pertenece



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°.3, referente a la carrera universitaria, se observa que, de las 200 personas encuestadas, con respecto al sexo femenino: el 10% son alumnas de la carrera de electricidad, el 34%, son alumnos de la carrera de Administración de Empresa, el 3% son estudiantes de Ingeniería automotriz, el 1% son de Psicología de la actividad física y el deporte, el 7% son alumnos de Computación, el 34% pertenecen a la carrera de Ingeniería Ambiental, y el 10% son de la carrera de Veterinaria.

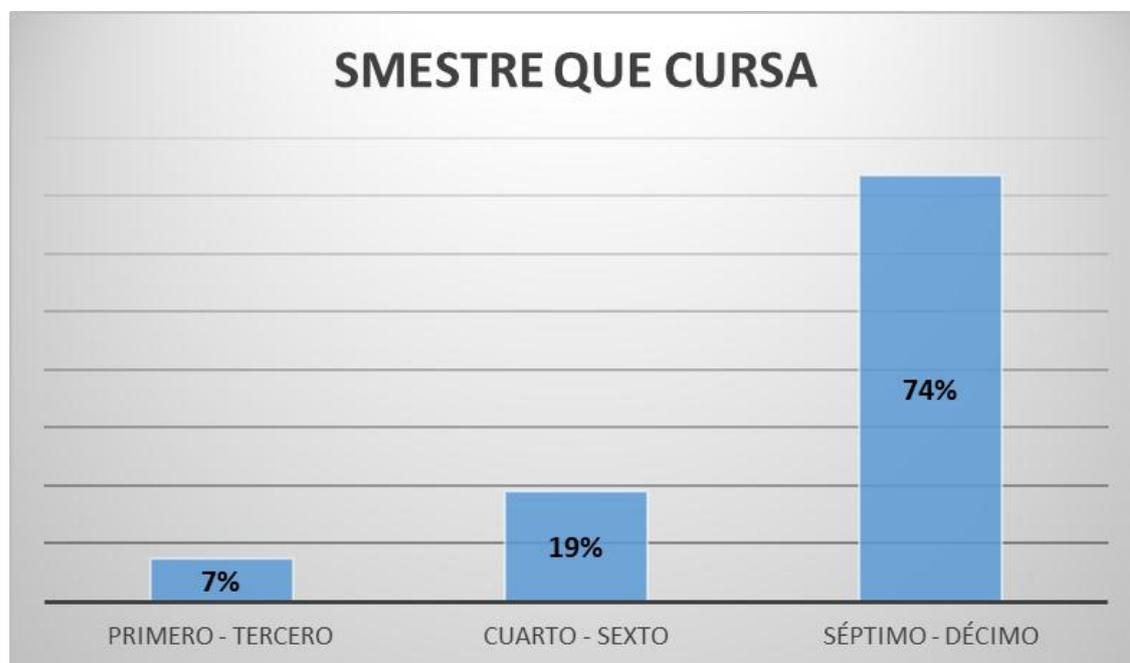
Tabla 4: Semestre que cursa

RANGO DE SEMESTRE	Nro.	PORCENTAJE
Primero - Tercero	5	7%
Cuarto - Sexto	13	19%
Séptimo - Décimo	50	74%
TOTAL	68	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 4: Semestre que cursa



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°4, referente al semestre que cursan, se observa que, de las 200 personas encuestadas, con respecto a sexo femenino: el 7% son alumnas de primero a tercero, el 19%, son alumnas de cuarto a sexto y el 74% son alumnas séptimo a décimo.

Tabla 5: Frecuencia con la que escucha radio

FRECUENCIA	Nro.	PORCENTAJE
Menos de 1 hora diaria	54	79%
Entre 1 y 2 horas diarias	13	19%
Entre 2 y 3 horas diarias	1	1%
Más de 3 horas diarias	0	0%
TOTAL	68	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 5: Frecuencia con la que escucha radio



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°5, referente al a la frecuencia con la que escuchan la radio, se observa que, de las 200 personas encuestadas, con respecto al sexo femenino: el 79% de

las alumnas escuchan la radio menos de 1 hora al día, el 19% escuchan entre 1 a 2 horas al día, el 1% escucha entre 2 y 3 horas diarias, y el 0% de los estudiantes escuchan más de tres horas diarias.

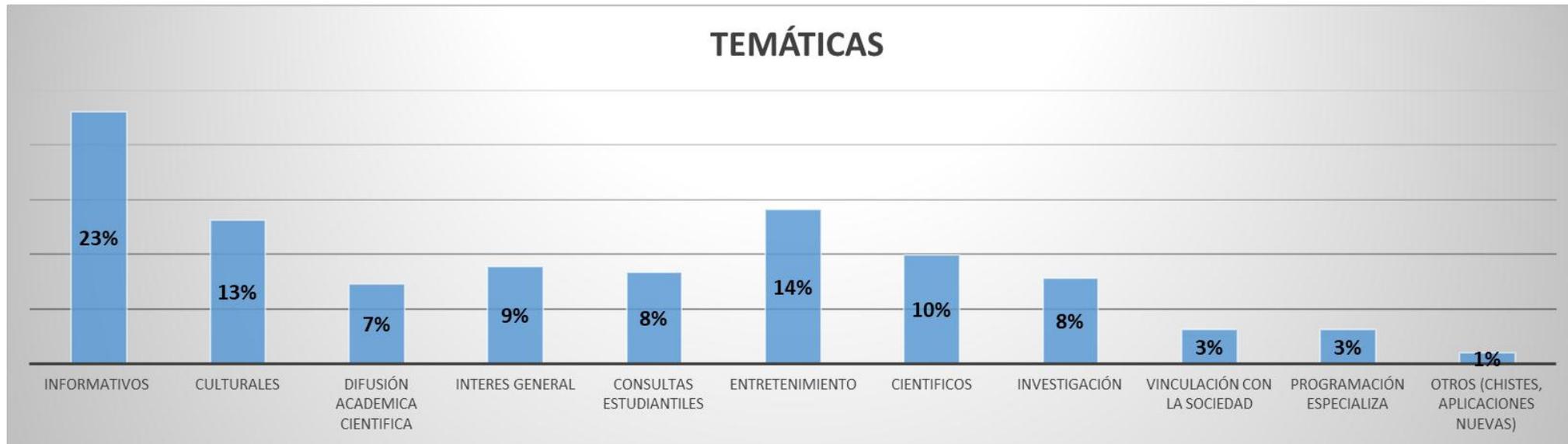
Tabla 6: Temáticas que deberían formar parte de una radio universitaria

TEMÁTICAS	Nro.	PORCENTAJE
Informativos	44	23%
Culturales	25	13%
Difusión académica científica	14	7%
Interés general	17	9%
Consultas estudiantiles	16	8%
Entretenimiento	27	14%
Científicos	19	10%
Investigación	15	8%
Vinculación con la sociedad	6	3%
Programación especializa	6	3%
Otros (Chistes, aplicaciones nuevas)	2	1%
TOTAL	191	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 6: Temáticas que deberían formar parte de una radio universitaria



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°6, referente al a las temáticas, se observa que de las 200 personas encuestadas, con respecto al sexo femenino, el 23% menciona que el contenido debe ser informativa, el 13% señaló que el contenido debe ser cultural, el 7% mencionó difusión académica científica, el 9% señala interés general, el 8% mencionan consultas estudiantiles e investigación, el 14% indicó entretenimiento, el 10% señaló científico, el 3% indicó vinculación con la sociedad y programación especializada y el 1% otros (chistes y aplicaciones nuevas).

Tabla 7: La gestión para la realización de una radio universitaria

GESTIÓN	Nro.	PORCENTAJE
Que los conductores de los programas sean estudiantes de Comunicación	19	28%
Que los conductores de los programas sean estudiantes de otras carreras	7	10%
Que los encargados de la radio sean profesionales	6	9%
Que los encargados de la radio sean estudiantes	13	19%
Que los conductores de los programas sean compuestos por equipos mixtos	23	34%
Otros	0	0%
TOTAL	68	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 7: La gestión para la realización de una radio universitaria



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°7, referente la gestión para la realización de una radio universitaria, se observa que de las 200 personas encuestadas: con respecto al sexo femenino se analiza que: el 28% mencionan que los conductores de los programas sean estudiantes de Comunicación, el 10% señaló que los conductores de los programas sean estudiantes de otras carreras, el 9% mencionó que los encargados de la radio sean profesionales, el 19% señaló que los encargados de la radio sean estudiantes y el 34% indicó que los conductores de los programas sean compuestos por equipos mixtos.

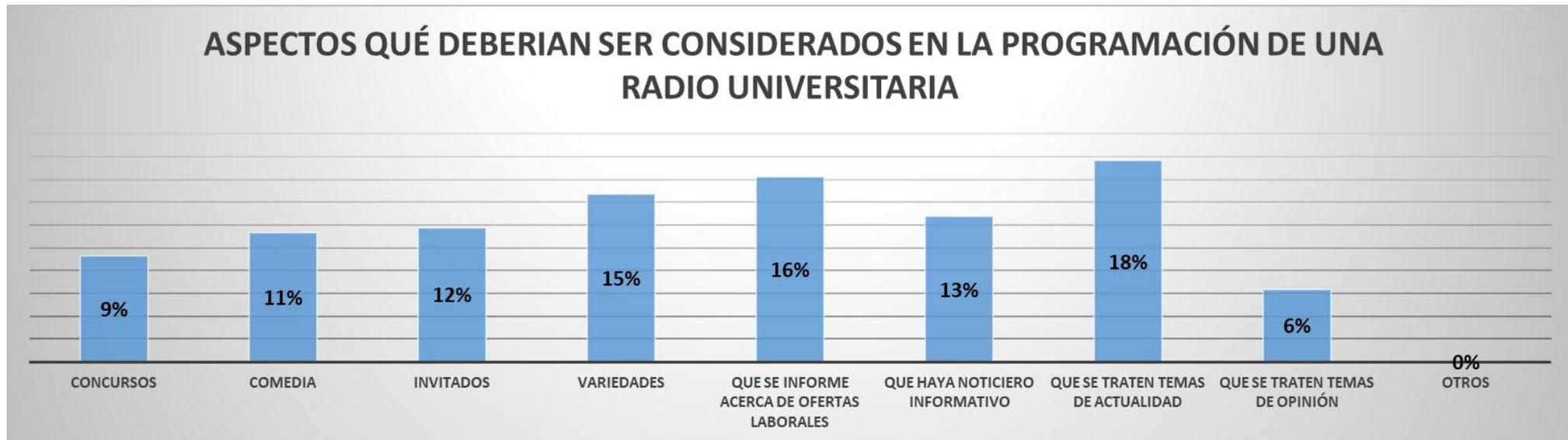
Tabla 8: Aspectos que deberían ser considerados en la programación de una radio universitaria

ASPECTOS	Nro.	PORCENTAJE
Concursos	19	9%
Comedia	23	11%
Invitados	24	12%
Variedades	30	15%
Que se informe acerca de ofertas laborales	33	16%
Que haya noticiero informativo	26	13%
Que se traten temas de actualidad	36	18%
Que se traten temas de opinión	13	6%
Otros	0	0%
TOTAL	204	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 8: Aspectos que deberían ser considerados en la programación de una radio universitaria



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°8, referente a los aspectos que deberían tener una programación, se observa que de las 200 personas encuestadas, con respecto al género femenino se visibiliza que el 9% mencionan concursos, el 11% señaló comedia, el 12% mencionó invitados, el 15% señaló variedades, el 16% indican que se informe sobre las ofertas académicas, el 13% señalan que haya noticiero informativo, el 18% menciona que se trate temas de actualidad y el 6% indicó que traten temas de opinión.

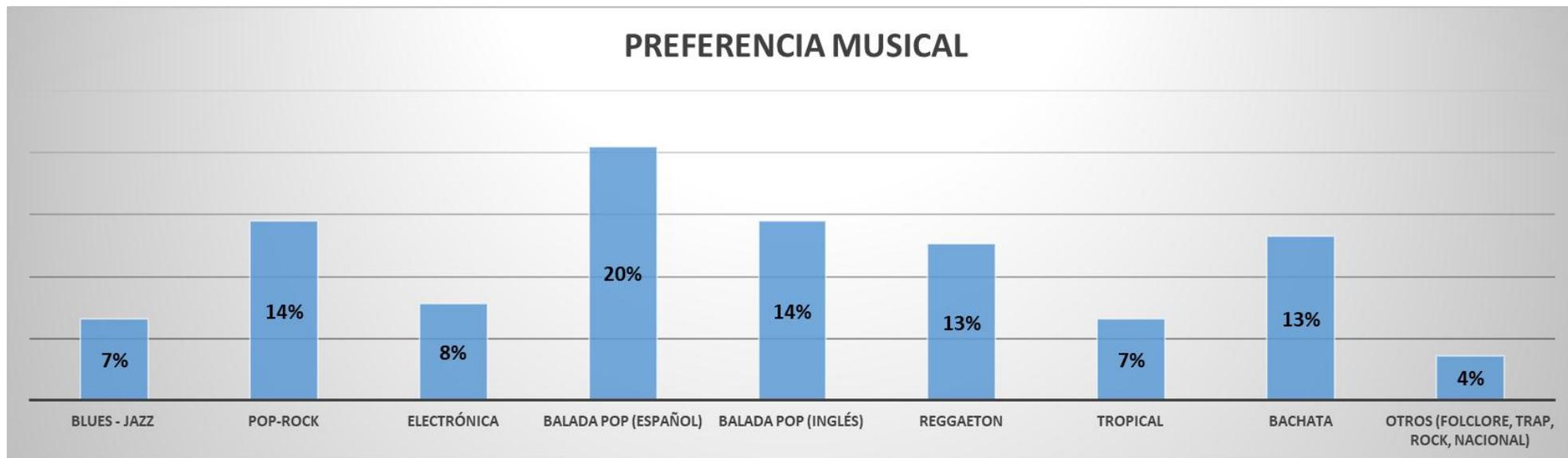
Tabla 9: Preferencia Musical

PREFERENCIA MUSICAL	Nro.	PORCENTAJE
Blues - jazz	11	7%
Pop-rock	24	14%
Electrónica	13	8%
Balada pop (Español)	34	20%
Balada pop (Inglés)	24	14%
Reggaetón	21	13%
Tropical	11	7%
Bachata	22	13%
Otros (Folclore, trap, rock, nacional)	6	4%
TOTAL	166	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 9: Preferencia musical



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°9, referente preferencia musical, se observa que de las 200 personas encuestadas, con respecto al sexo femenino: el 7% mencionaron blues-jazz, el 14% señaló pop rock, el 8% mencionó electrónica, el 20% señaló balada pop (español), el 14% indicaron balada pop (inglés), el 13% señalaron reggaetón y bachata, el 7% mencionaron tropical, y el 4% mencionaron otros (Folklore, trap, rock, nacional).

Tabla 10: Considera Importante la radio universitaria para fomentar la vinculación, investigación, y de la educación superior con la sociedad

CONSIDERA IMPORTANTE LA			
RADIO UNIVERSITARIA	Nro.	PORCENTAJE	
SI	56	82%	
NO	12	18%	
TOTAL	68	100%	

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 10: Considera Importante la radio universitaria para fomentar la vinculación, investigación, y de la



educación superior con la sociedad

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°10, referente importancia de la radio universitaria, se observa que, de las 200 personas encuestadas, con respecto al sexo femenino se visibiliza que: el 82% mencionaron que sí, mientras que el 18% señalaron que no.

Tabla 11: ¿Por qué?

¿POR QUÉ?	Nro.	PORCENTAJE
Expresar su opinión	3	4%
Destacar entre otras universidades	2	3%
Permite vincular al estudiante con la sociedad, la investigación y educación	10	15%
Mantiene Informados y actualizados	11	16%
Investigaciones actuales	3	4%
No hay conocimiento de la existencia de la radio	1	1%
Tergiversan la información	1	1%
Fomenta la educación superior	3	4%
No emite ningún comentario	34	50%
TOTAL	68	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 11: ¿Por qué?



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°11, que se despliega del gráfico anterior (10), se observa que en el género femenino: el 82% respondieron que sí, fue por las siguientes razones: el 4% mencionaron que permite expresar su opinión, el 3% señalaron que permite destacar entre otras universidades, el 13% señalaron que permite vincular al estudiante con la sociedad, la investigación y educación, el 16% menciona que los mantienen informados y actualizados, el 4% señaló que es un espacio de difusión de investigaciones actuales y fomenta la educación superior, mientras que el 18% que mencionaron que no es importante la radio universitaria se debe a los siguiente: el 1% indicaron que no hay conocimiento de existencia de la radio, el 1% mencionó que tergiversan la información, y el 50 % señalaron que no emite ningún comentario.

6) Análisis cuantitativo de datos del sexo masculino

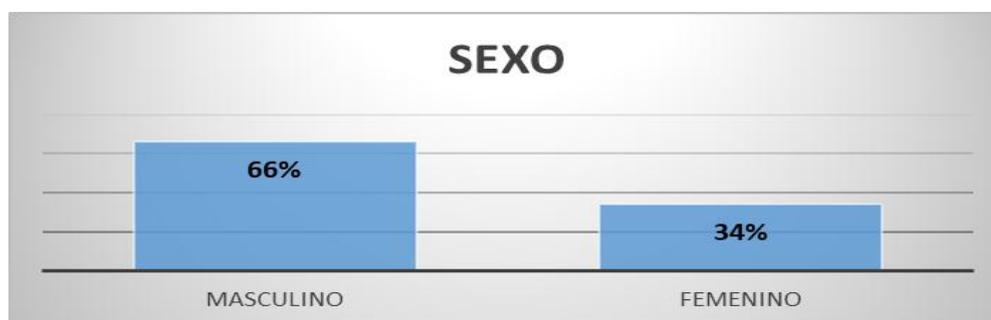
Tabla 12: Sexo

SEXO	Nro.	PORCENTAJE
Masculino	132	66%
Femenino	68	34%
TOTAL	200	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 12: Sexo



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°.1, referente al sexo, se observa que, de las 200 personas encuestadas, el 66%, son de sexo masculino, mientras que el 34%, pertenecen al género femenino.

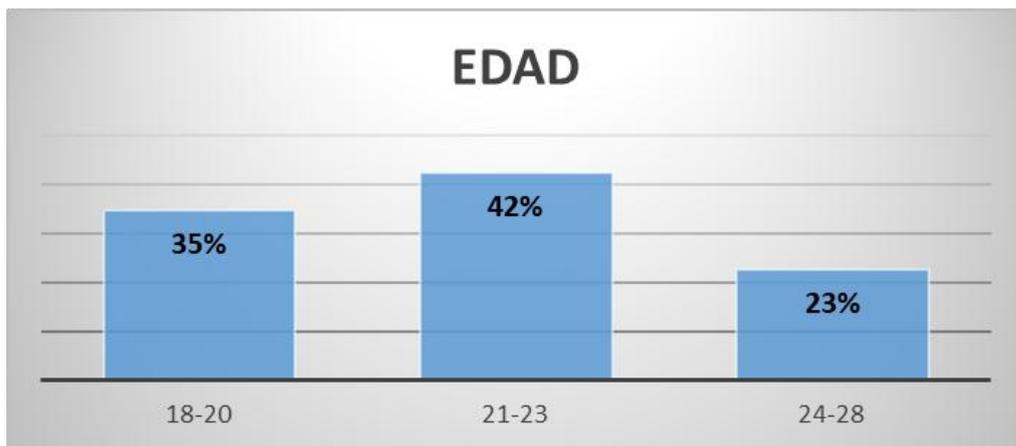
Tabla 13: Edad

RANGO DE EDAD	Nro.	PORCENTAJE
18-20	46	35%
21-23	56	42%
24-28	30	23%
TOTAL	132	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 13: Edad



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N °2, referente a la edad, se observa que de las 200 personas encuestadas: el 35%, tienen entre 18-20 años de edad, mientras que el 42%, tienen entre 21- 23 años de edad, y el 23%, tienen entre 24-28 años de edad.

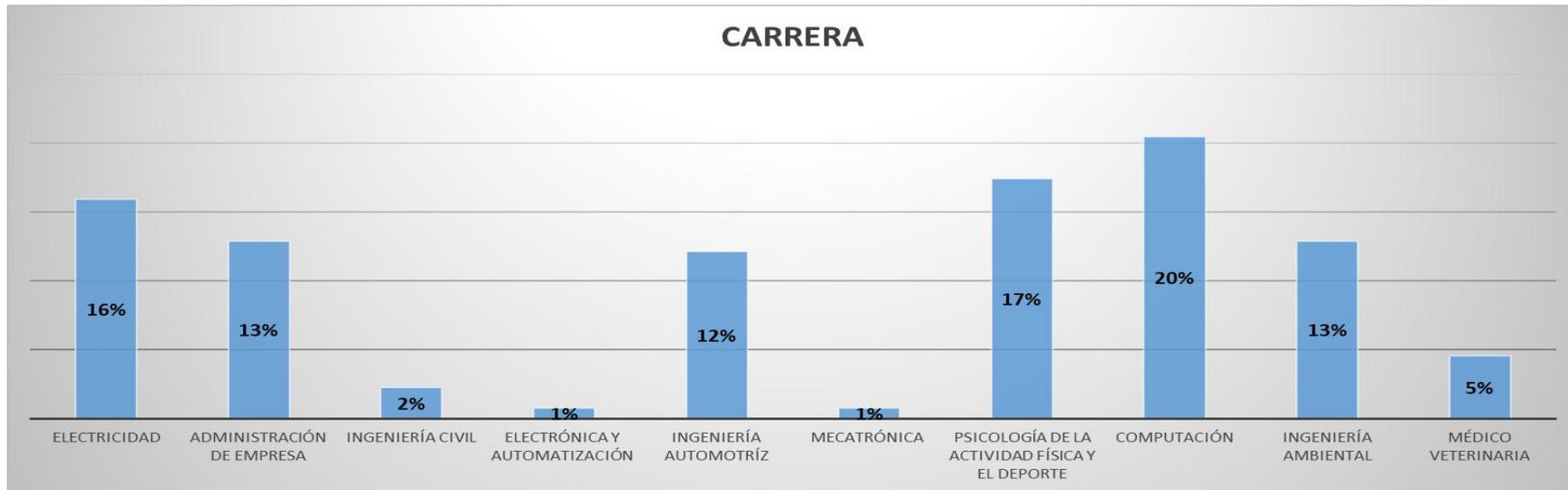
Tabla 14: Carrera a la que pertenece

CARRERA	Nro.	PORCENTAJE
Electricidad	21	16%
Administración de empresa	17	13%
Ingeniería civil	3	2%
Electrónica y Automatización	1	1%
Ingeniería Automotriz	16	12%
Mecatrónica	1	1%
Psicología de la actividad física y el deporte	23	17%
Computación	27	20%
Ingeniería ambiental	17	13%
Médico Veterinaria	6	5%
TOTAL	132	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 14: Carrera a la que pertenece



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°.3, referente a la carrera universitaria, se observa que de las 200 personas encuestadas: el 16% son alumnos de la carrera de electricidad, el 13%, son alumnos de la carrera de Administración de Empresa, el 2% son estudiantes de Ingeniería Civil, el 1% son de Electrónica y Automatización, y de la carrera de Mecatrónica, el 12% son alumnos de Ingeniería Automotriz, el 17% son alumnos de Psicología de la actividad física y el deporte, el 20% son estudiantes de Computación, el 13% son alumnos de Ingeniería Ambiental, y el 5% son de la carrera de Veterinaria.

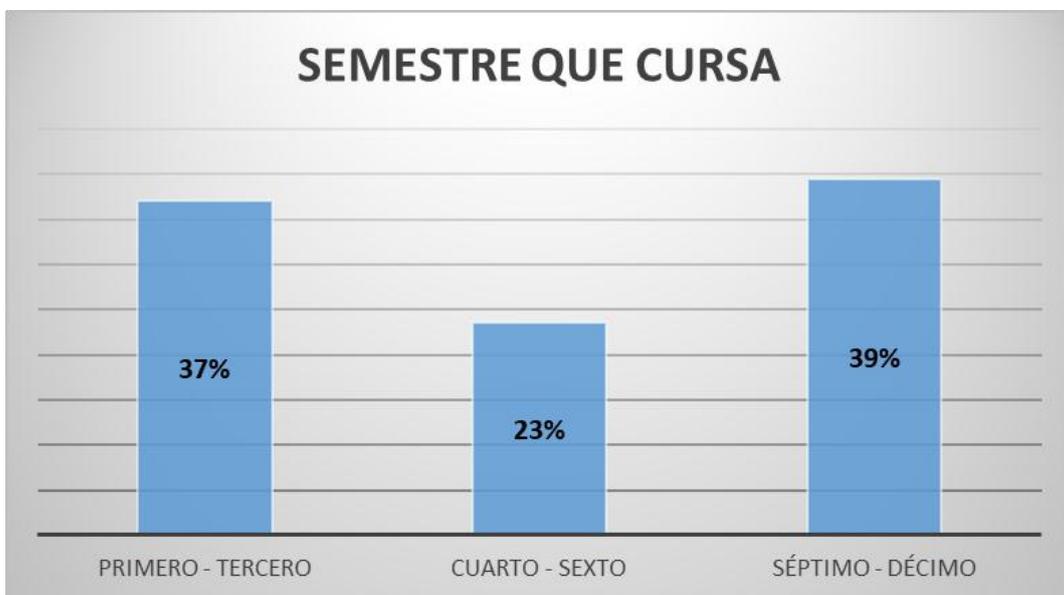
Tabla 15: Semestre que cursa

RANGO DE SEMESTRE	Nro.	PORCENTAJE
Primero - Tercero	49	37%
Cuarto - Sexto	31	23%
Séptimo - Décimo	52	39%
TOTAL	132	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 15: Semestre que cursa



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°4, referente al semestre que cursan, se observa que de las 200 personas encuestadas: el 37% son alumnos de primero a tercero, el 23%, son alumnos de cuarto a sexto, el 39% son alumnos séptimos a décimo.

Tabla 16: Frecuencia con la que escucha radio

FRECUENCIA	Nro.	PORCENTAJE
Menos de 1 hora diaria	100	76%
Entre 1 y 2 horas diarias	26	20%
Entre 2 y 3 horas diarias	3	2%
Más de 3 horas diarias	3	2%
TOTAL	132	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 16: Frecuencia con la que escucha radio



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°5, referente al a la frecuencia con la que escuchan la radio, se observa que de las 200 personas encuestadas: el 76% de los alumnos escuchan la radio menos de 1 hora al día, el 20% escuchan entre 1 a 2 horas al día, el 2% escucha entre 2 y 3 horas diarias y escuchan más de tres horas diarias.

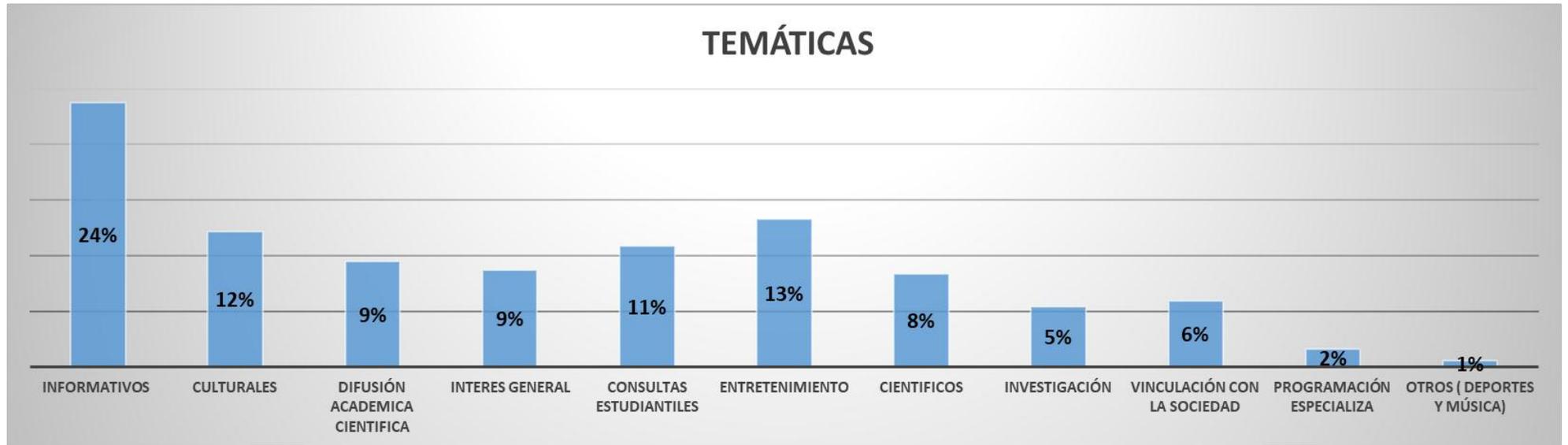
Tabla 17: Temáticas que deberían formar parte de una radio universitaria

TEMÁTICAS	Nro.	PORCENTAJE
Informativos	88	24%
Culturales	45	12%
Difusión académica científica	35	9%
Interés general	32	9%
Consultas estudiantiles	40	11%
Entretenimiento	49	13%
Científicos	31	8%
Investigación	20	5%
Vinculación con la sociedad	22	6%
Programación especializa	6	2%
Otros (deportes y música)	2	1%
TOTAL	370	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 17: Temáticas que deberían formar parte de una radio universitaria



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°6, referente al a las temáticas, se observa que de las 200 personas encuestadas: el 24% menciona que el contenido debe ser informativa, el 12% señaló que el contenido debe ser cultural, el 9% mencionó difusión académica científica e interés general, el 11% indicó consultas estudiantiles, el 13% mencionó entretenimiento, el 8% científico, el 5% señaló investigación, el 6% indicó vinculación con la sociedad, el 2% mencionó programación especializada y el 1% otros (deportes y música).

Tabla 18: La gestión para la realización de una radio universitaria

GESTIÓN	Nro.	PORCENTAJE
Que los conductores de los programas sean estudiantes de Comunicación	55	42%
Que los conductores de los programas sean estudiantes de otras carreras	32	24%
Que los encargados de la radio sean profesionales	10	8%
Que los encargados de la radio sean estudiantes	12	9%
Que los conductores de los programas sean compuestos por equipos mixtos	23	17%
Otros	0	0%
TOTAL	132	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 18: La gestión para la realización de una radio universitaria



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°7, referente la gestión para la realización de una radio universitaria, se observa que de las 200 personas encuestadas: el 42% mencionan que los conductores de los programas sean estudiantes de Comunicación, el 24% señaló que los conductores de los programas sean estudiantes de otras carreras, el 11% mencionó que los encargados de la radio sean profesionales, el 9% señaló que los encargados de la radio sean estudiantes y el 17% indicó que los conductores de los programas sean compuestos por equipos mixtos.

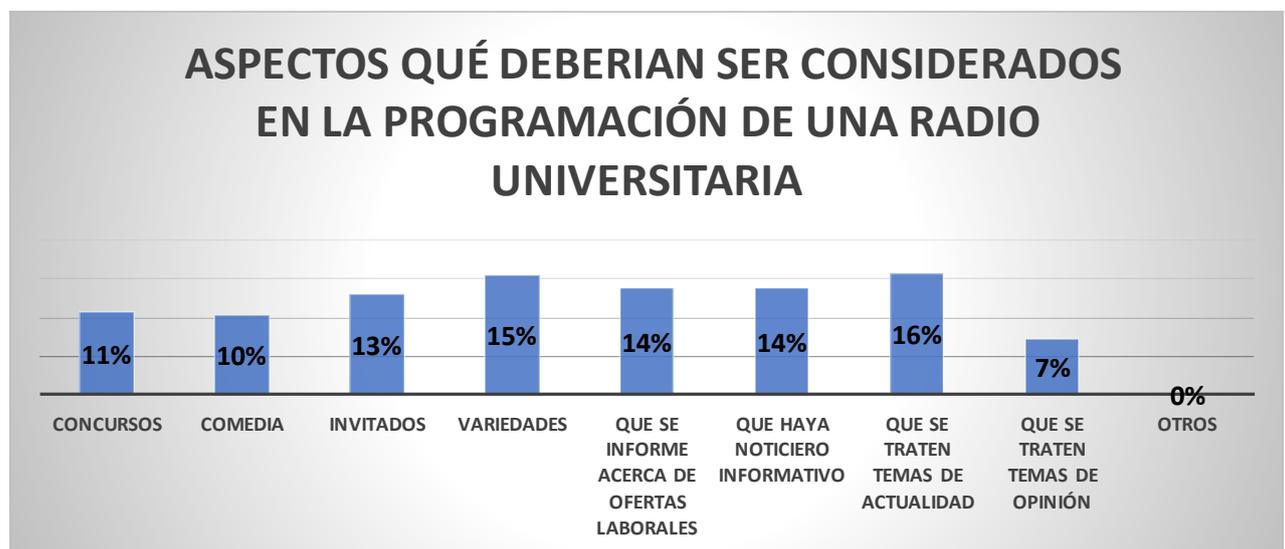
Tabla 19: Aspectos que deberían ser considerados en la programación de una radio universitaria

ASPECTOS	Nro.	PORCENTAJE
Concursos	38	11%
Comedia	37	10%
Invitados	46	13%
Variedades	55	15%
Que se informe acerca de ofertas laborales	49	14%
Que haya noticiero informativo	49	14%
Que se traten temas de actualidad	56	16%
Que se traten temas de opinión	26	7%
Otros	0	0%
TOTAL	356	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 19: Aspectos que deberían ser considerados en la programación de una radio universitaria



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°8, referente a los aspectos que deberían tener una programación, se observa que de las 200 personas encuestadas: el 11% mencionan concursos, el 10% señaló comedia, el 13% mencionó invitados, el 15% señaló variedades, el 14% indican que se informe sobre las ofertas académicas y que haya noticiero informativo, el 16% menciona que se trate temas de actualidad y el 7% indicó que traten temas de opinión.

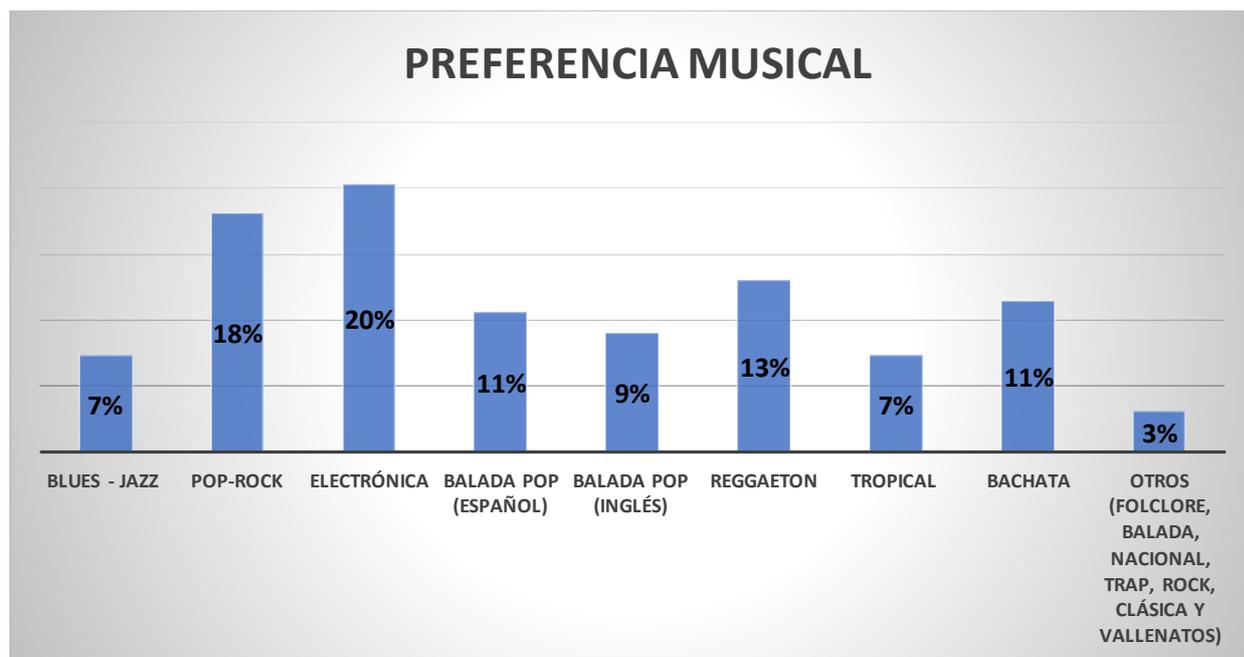
Tabla 20: Preferencia Musical

PREFERENCIA MUSICAL	Nro.	PORCENTAJE
Blues - jazz	24	7%
Pop-rock	60	18%
Electrónica	67	20%
Balada pop (Español)	35	11%
Balada pop (Inglés)	30	9%
Reggaetón	43	13%
Tropical	24	7%
Bachata	38	11%
Otros (Folclore, balada, nacional, trap, Rock, Clásica y Vallenatos)	10	3%
TOTAL	331	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 20: Preferencia musical



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°9, referente preferencia musical, se observa que de las 200 personas encuestadas: el 7% mencionaron blues-jazz, el 18% señaló pop rock, el 20% mencionó electrónica, el 11% señaló balada pop (español), el 9% indicaron balada pop (inglés), el 13% señalaron reggaetón, el 7% mencionaron tropical, el 11% indicaron bachata y el 3% mencionaron otros (Folklore, balada, nacional, trap, rock, clásica y vallenatos).

Tabla 21: Considera Importante la radio universitaria para fomentar la vinculación, investigación, y de la educación superior con la sociedad

CONSIDERA IMPORTANTE LA RADIO UNIVERSITARIA	PORCENTAJ	
	Nro.	E
SI	123	93%
NO	9	7%
TOTAL	132	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 21: Considera Importante la radio universitaria para fomentar la vinculación, investigación, y de la educación superior con la sociedad



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°10, referente importancia de la radio universitaria, se observa que de las 200 personas encuestadas: el 93% mencionaron que sí, mientras que el 7% señalaron que no.

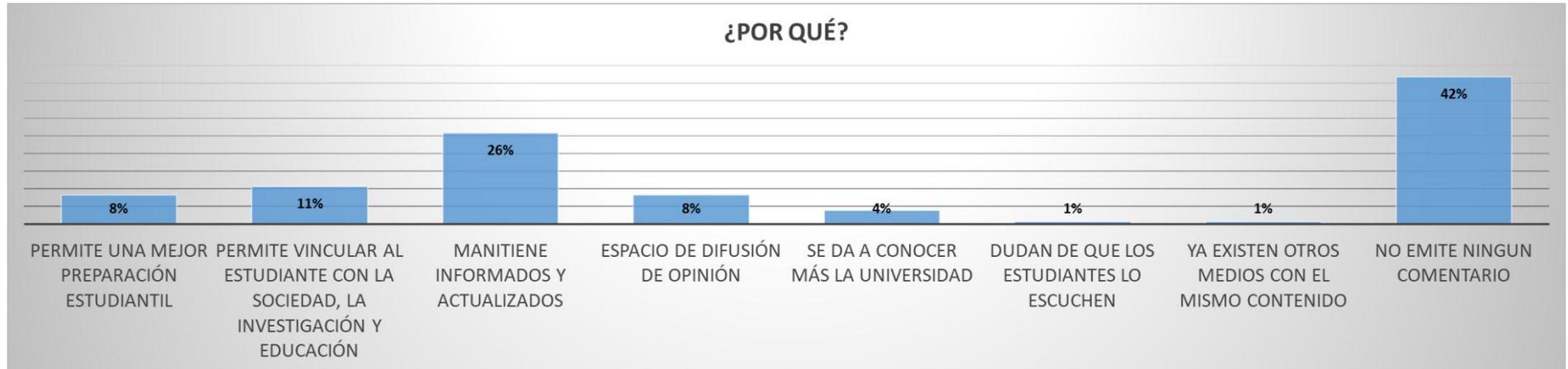
Tabla 22: ¿Por qué?

¿POR QUÉ?	Nro.	PORCENTAJE
Permite una mejor preparación estudiantil	11	8%
Permite vincular al estudiante con la sociedad, la investigación y educación	14	11%
Mantiene Informados y actualizados	34	26%
Espacio de difusión de opinión	11	8%
Se da a conocer más la Universidad	5	4%
Dudan de que los estudiantes lo escuchen	1	1%
Ya existen otros medios con el mismo contenido	1	1%
No emite ningún comentario	55	42%
TOTAL	132	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 22: ¿Por qué?



Fuente: trabajo de campo

Elaborado por: Autor

Según el gráfico N°11, que se despliega del gráfico anterior (10), el 93% respondieron que sí, fue por las siguientes razones: el 8% mencionaron que permite una mejor preparación estudiantil y es un espacio de difusión de opinión, el 11% señalaron que permite vincular al estudiante con la sociedad, el 26% mencionan que los mantienen informados y actualizados, el 4% señalaron que se da a conocer más la universidad, mientras que el 7% de los estudiantes que dijeron que no es importante la universidad se debe a que: el 1% mencionan que dudan de que los estudiantes lo escuchen y que existen otros medios con el mismo contenido, y el 42 % señalaron que no emite ningún comentario.

7) Análisis cualitativo

Conforme a las encuestas realizadas, se determinó que el 34% de los estudiantes son de sexo femenino, y sus edades oscilan entre los 21 a 23 años de edad, de los cuales el 34% pertenecen a la carrera de Administración de Empresas y con un porcentaje del 74% se encuentran cursando el séptimo y décimo ciclo. Por otro lado, el 82% de las estudiantes considera importante la radio universitaria para el aprendizaje académico, esto se debe a que el 16% de las alumnas mencionan que la radio las mantiene informadas y actualizadas. Seguido de un 15%, indican que este medio permite vincular al estudiante con la sociedad, la investigación y la educación continua, sin embargo, el 79% de las alumnas escuchan la radio menos de 1 hora diaria. Esto debido a que consideran que la radio no cubre las necesidades del público, por otro lado, el 18% considera que la radio universitaria debería emitir temas de actualidad, razón por la que el 23% de los alumnos sugieren que la radio sea netamente informativa, y que también se emitan temas musicales. Un 20% de las alumnas prefieren el género de la balada pop, seguida de un 14% que prefieren el pop rock.

Por otro lado, el género masculino está representado por el 66%, cuyas edades oscilan entre los 21 a 23 años de edad, de los cuales el 20% de los alumnos pertenecen a la carrera de Computación y con un porcentaje del 39% se encuentran cursando el séptimo y décimo ciclo. El 90% de los alumnos considera importante la radio universitaria para el aprendizaje académico, esto se debe a que el 16% de ellos mencionan que la radio permite vincular al estudiante con la sociedad, la investigación y educación continua, sin embargo, el 76% de los alumnos escuchan la radio menos de 1 hora diaria, pues consideran que la radio no está satisfaciendo las necesidades del target. Por otro lado, tenemos un 16% de alumnos que consideran que la radio de la universidad debería emitir temas de actualidad y de ofertas laborales. Otro porcentaje del 24% de los alumnos sugieren que la radio sea netamente informativa, sin dejar a lado el toque juvenil, ya que un 19% de los alumnos desean que el medio radial emita música pop rock, seguida de un 16% quienes mencionaron el género electrónico.

8) Conclusión

Luego de aplicar las encuestas, que fueron elaboradas para los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca se observó que el 66% de los estudiantes son de género masculino y el 34% son de género femenino.

Por consiguiente, a través de esta investigación, estoy en capacidad de sacar las siguientes conclusiones:

Efectivamente para los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, la radio universitaria es fundamental para el aprendizaje académico y para una educación continua, puesto que en la encuesta realizada se evidenció, que el género masculino, considera importante la radio universitaria en el contexto académico, esto debido a que 8% mencionaron que permite una mejor preparación estudiantil, así como un espacio de difusión para la opinión.

El 11% señalaron que permite vincular al estudiante con la sociedad, el 26% mencionan que los mantienen informados y actualizados, el 4% señalaron que se da a conocer más sobre las actividades que se desarrollan en la universidad, mientras que el 7% de los estudiantes consideran que la radio no es importante la universidad, esto se debe a que: el 1% menciona que dudan de que los estudiantes lo escuchen y que existen otros medios con el mismo contenido, y el 42 % no respondieron a la pregunta.

El género masculino, prefiere que el contenido de la radio universitaria sea netamente informativo así se evidenció en las encuestas con un 24%, mientras que el 12% señaló que el contenido debe ser cultural, el 9% mencionó difusión académica, científica e interés general, el 11% indicó consultas estudiantiles, el 13% mencionó entretenimiento, el 8% científico, el 5% señaló investigación, el 6% indicó vinculación con la sociedad, el 2% mencionó programación especializada y el 1% otros (deportes y música).

Por su parte, el sexo femenino, considera importante la radio universitaria en el contexto académico, pues el 16% de ellas mencionan que este medio las mantiene informadas y actualizadas, el 13% señalaron que permite vincular al estudiante con la sociedad, la investigación y educación, el 4% mencionaron que permite expresar sus opiniones, el 4% señaló que es un espacio de difusión de investigaciones actuales y

fomenta la educación superior, el 3% señalaron que permite destacarse entre otras universidades, mientras que el 18% mencionaron que no es importante la radio universitaria para el contexto académico, se debe a que el 1% indicaron que no hay conocimiento de existencia de la radio, el 1% mencionó que tergiversan la información, y el 50 % no respondieron a la pregunta.

Por eso, en el género femenino con un porcentaje del 23% mencionan que el contenido de la radio universitaria debe ser informativa, mientras que el 13% señaló que el contenido debe ser cultural, el 7% mencionó difusión académica científica, el 9% señala interés general, el 8% mencionan consultas estudiantiles e investigación, el 14% indicó entretenimiento, el 10% señaló científico, el 3% indicó vinculación con la sociedad y programación especializada y el 1% otros (chistes y aplicaciones nuevas).

Para los estudiantes de ambos sexos es importante que una radio universitaria no solo informe, sino que también emita contenidos musicales, pues para el sexo femenino con el 7% mencionaron que su género musical favorito es el blues-jazz, mientras que el 14% señaló pop rock, el 8% mencionó electrónica, el 20% señaló balada pop (español), el 14% indicaron balada pop (inglés), el 13% señalaron reggaetón y bachata, el 7% mencionaron tropical, y el 4% mencionaron otros (Folklore, trap, rock, nacional).

De igual manera, el género masculino prefiere el siguiente género musical: el 7% mencionaron blues-jazz, el 18% señaló pop rock, el 20% mencionó electrónica, el 11% señaló balada pop (español), el 9% indicaron balada pop (inglés), el 13% señalaron reggaetón, el 7% mencionaron tropical, el 11% indicaron bachata y el 3% mencionaron otros (Folklore, balada, nacional, trap, rock, clásica y vallenatos).

Referente la gestión para la realización de una radio universitaria, se observa que de las 200 personas encuestadas: el 42% mencionan que los conductores de los programas sean estudiantes de Comunicación, el 24% señaló que los conductores de los programas sean estudiantes de otras carreras, el 11% mencionó que los encargados de la radio sean profesionales, el 9% señalo que los encargados de la radio sean estudiantes y el 17% indicó que los conductores de los programas sean compuestos por equipos mixtos.

A partir de lo mencionado, sin duda alguna la radio debe transmitir contenidos variados porque su audiencia es diversa, pues del sexo masculino: el 37% son alumnos de primero a tercero, el 23%, son alumnos de cuarto a sexto, el 39% son alumnos séptimos

a décimo. Y cursan diferentes carreras: el 16% son alumnos de la carrera de electricidad, el 13%, son alumnos de la carrera de Administración de Empresa, el 2% son estudiantes de Ingeniería Civil, el 1% son de Electrónica y Automatización, y de la carrera de Mecatrónica, el 12% son alumnos de Ingeniería Automotriz, el 17% son alumnos de Psicología de la actividad física y el deporte, el 20% son estudiantes de Computación, el 13% son alumnos de Ingeniería Ambiental, y el 5% son de la carrera de Veterinaria.

Así mismo, en el sexo femenino se visibiliza que el 7% son alumnas de primero a tercero, el 19%, son alumnas de cuarto a sexto y el 74% son alumnas séptimo a décimo. Y pertenecen a las siguientes carreras: el 10% son alumnas de la carrera de electricidad, el 34%, son alumnas de la carrera de Administración de Empresa, el 3% son estudiantes de Ingeniería automotriz, el 1% son de Psicología de la actividad física y el deporte, el 7% son alumnas de Computación, el 34% pertenecen a la carrera de Ingeniería Ambiental, y el 10% son de la carrera de Veterinaria.

Por tanto, la radio universitaria debe organizar un contenido variado para satisfacer las necesidades e intereses de toda la audiencia, pues como se observó el target no es solo un curso, carrera y edad específica, si no diversa, por eso el contenido debe ser variado en todas sus formas posibles, siempre y cuando se respeten las necesidades e intereses de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca.

Por consiguiente, en base a la investigación realizada, se elaboró una guía de gestión de contenidos para una radio universitaria: Híper Radio Online, en la que se indica los pasos que se deben seguir para un correcto funcionamiento de la radio, ya que, si no se plantea un objetivo, no se determina el target y tampoco se estudia el posible perfil del consumidor, una radio universitaria no podrá funcionar de una manera adecuada para el aprendizaje académico. Por ello, es fundamental conocer qué tipo de temática se deberá emitir para satisfacer las necesidades e intereses de los radios oyentes. Finalmente, en esta guía se mencionarán los recursos humanos, recursos técnicos y los parámetros a seguir para el funcionamiento adecuado de Híper Radio Online.

Referencias bibliográficas.

- Aguaded, I., & Martín, D. (2014). Educomunicación y radios universitarias: panorama internacional y perspectivas futuras. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 115-128.
- Aguaded, J. I., & Conteras, P. (2011). *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*. La Coruña : Netbiblo.
- Alvarez, A., & Ramiro, A. (2005). Los objetivos de las emisoras de radio universitarias a través de su programación. . *II Congreso Iberoamericano de Comunicación*, 2.
- Anaya, A., & Lazo, C. (2014). Radios universitarias y redes sociales: Modelos de gestión y perfiles de usuario. *Historia y Comunicación Social*, 341-354.
- Asuaga, C. (2007). Gestion de Radios Universitarias:Definiendo la Estrategia. *Revista RE-presentaciones*, 185-196.
- Barragán, V., & Terceros, I. (2017). *Radios, redes e internet para la transformación social*. Quito: Ediciones Ciespal.
- Casajús, L. (2012). “*La radio universitaria en las redes sociales: características y posibilidades de desarrollo en un nuevo entorno*”. Barcelona: UOC.
- Dido, J. C., & Baberis, S. (2006). *Radios Universitarias: Principios, funciones, objetivos*. Buenos Aires : Universidad Nacional La Matanza.
- Guaña, E., Quinatoa, E., & Pérez, M. (2017). Tendencias del uso de las tecnologías y conducta del consumidor tecnológico. *Ciencias Holguín*, 23(2), 1-17.
- Hütt-Herrera, H. (2012). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN. *Reflexiones*, 91, 121-128.
- López, H., Yaguana, A., & Alvarez, L. (2017). Contenido y estructura de la radio universitaria de Ecuador en el contexto analógico y digital. *Razón y Palabra* , 149.
- Moreno, A., Martín, D., & Parejo, M. (2016). *La radio universitaria: Gestión de la información, análisis y modelos de organización*. Barcelona: Editorial GEDISA.
- Mullo, A., Yaguana, H., & Lorena, A. (2017). Contenido y estructura de la radio universitaria de Ecuador en el contexto analógico y digital. *RAZON Y PALABRA*, 118-149.

- Narváez, C., & Martín, D. (2012). *Las radios universitarias, más allá de la radio*.
Barcelona: Editorial UOC.
- Ortiz, M. (2018). La necesaria redefinición de las radios universitarias en España.
Mediterránea, 13-16.
- Portugal, M., & Yudchak, H. (2008). *Hacer radio, Guía integral*. Buenos Aires:
Editorial Galerna.
- Prieto, D. (1996). Las emisoras Universitarias frente a las transformaciones de fin de
siglo. *Periodismo*, 1-2.
- Valencia, J. (2018). *Pensar, hacer y proyectar la radio universitaria en
Hispanoamérica*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

ANEXOS

Anexo 1.

Manual de gestión de contenidos para una radio universitaria: Híper Radio Online.

1) Justificación.

- 1.1) Híper Radio online es un medio de comunicación de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca, que tiene dos características. La primera es el soporte tecnológico porque se transmite mediante Internet; la segunda, y la más importante, es que es una Radio Universitaria.
- 1.2) Estas dos características la distinguen de otros medios radiales: ya que la radio universitaria es un medio de comunicación sin fines de lucro, pues lo que busca es mejorar la integración de la comunidad estudiantil, fomentando la investigación, la divulgación científica y la vinculación con la sociedad.
- 1.3) El modelo de radio que se propone gestionar está vinculada a una institución académica; y dirigida para un público específico que es la comunidad salesiana, por eso la programación se enfatizará no solo en temas de interés general, sino también en difundir las actividades que realiza la comunidad salesiana.
- 1.4) Por lo consiguiente, la radio debe incluir contenidos, formatos y géneros variados, pero sin perder su esencia como radio universitaria; es decir conservar la identidad, los valores simbólicos que promueve la institución académica.

2) Propósito.

- 2.1) La gestión y la programación de Híper Radio Online de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, se establece como un medio de expresión y difusión de actividades, proyectos, consultas para la comunidad estudiantil. Además, este espacio permitirá a los estudiantes de la Carrera de Comunicación poner en práctica sus actividades pre - profesionales.

- 2.2) Híper Radio Online, deberá adoptar la misión, visión y los objetivos de la Universidad Politécnica Salesiana, con la finalidad de incluir actividades culturales y sociales. Además, de fomentar la investigación, la divulgación científica y la vinculación con la sociedad.

3) Objetivos.

En lo referente a la Guía de Gestión de Contenidos para Híper Radio, se considera necesario el establecimiento de una serie de objetivos subordinados a los objetivos de Investigación. Estos se resumen de la siguiente manera:

- 3.1) Convertirse en una radio de alta calidad, cuyas actividades (gestión y programación) realizadas por los alumnos, sean de calidad pre profesional.
- 3.2) Promover y difundir las actividades académicas y de extensión realizadas por profesores y estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana.
- 3.3) Poner en práctica los conocimientos adquiridos en el aula y ser un espacio de debate interdisciplinario.
- 3.4) Crear espacios de relaciones solidarias y de manifestaciones culturales que no son tomadas en cuenta por las radios comerciales.

4) Contenidos de Híper Radio Online.

Híper Radio Online, de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, deberá incluir expresiones, ideas, intereses y proyectos de diferentes extracciones sociales. Además, y en concordancia con las líneas de investigación de la UPS, debe promover la interculturalidad. Por lo tanto, deberá garantizar la diversidad de los contenidos que emita; y debe estar vinculada a las necesidades e intereses de la universidad y de su entorno.

En resumen, dichos contenidos deberán:

- 4.1) Promover valores sociales, ideológicos, culturales, basados en las necesidades e intereses de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca y de su entorno sociocultural.
- 4.2) Aplicar los recursos educativos, técnicos y logísticos brindados por la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, con el fin de informar al público en general, y por ende a la comunidad universitaria sobre avances y actividades de carácter cultural, científico y educativo a desarrollarse en la institución.
- 4.3) Fomentar las actividades científicas, deportivas y culturales de la Universidad, atendiendo a sus reglamentos, valores y el espíritu salesiano.
- 4.4) Promover el aprendizaje de los estudiantes mediante la investigación y la vinculación, mediante la producción de contenidos radiofónicos idóneos (Educación Superior).
- 4.5) Establecer enlaces de comunicación entre la Universidad y los sectores sociales, así como también con los sectores vulnerables (Vinculación).
- 4.6) Promover la inclusión de los estudiantes en los diversos programas a realizarse en Híper Radio Online, con la finalidad de fomentar la formación profesional.

5) Programación de Híper Radio Online.

- 5.1) La programación de Híper Radio Online estará enfocada en la divulgación científica, en la vinculación con la sociedad, así como en la difusión del arte y del conocimiento.
- 5.2) La inclusión de un proyecto radiofónico para la programación de Híper Radio Online, deberá ser enviada con quince días de anticipación a la comisión encargada de la radio, para realizar las valoraciones correspondientes, y por ende la aprobación del mismo.

Las producciones radiofónicas de Híper Radio Online serán definidas en base a las siguientes opciones:

- 5.3) Producciones Propias:** Estos programas se realizarán única y exclusivamente con los recursos técnicos, humanos, financiados por la universidad.
- 5.4) Coproducciones Institucionales:** Estos programas se realizarán en convenio con otras universidades, donde compartirán recursos técnicos, así como humano.
- 5.5) Coproducciones Inter - Institucionales:** Estos programas se realizarán en convenio entre la universidad, con centros institucionales de índole económico, social y político.
- 5.6) Convenios para difusión de materiales radiofónicos:** La difusión de contenidos radiofónicos en Híper Radio Online, se realizará mediante un convenio entre la Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, con entidades públicas, así como privadas.

6) Público objetivo para la programación de Híper Radio Online.

- 6.1)** Toda producción radiofónica para Híper Radio Online deberá tener en cuenta un target de programación, sin que esto resulte definitorio toda vez que pueda ser contradictorio con las necesidades educativas. Esto llevará a emplear con exactitud los recursos metodológicos, y técnicos que se aplicarán en la realización del programa a realizarse.

7) Objetivos de programación para Híper radio online.

Toda producción radiofónica para Híper Radio Online deberá establecer el objetivo del programa; es decir, responder a las siguientes preguntas:

- 7.1) ¿Qué es lo que buscamos?
- 7.2) ¿Hacia dónde queremos llegar?
- 7.3) ¿Qué es lo que quiere y/o necesita el público o el entorno social de la UPS?
- 7.4) ¿Cuáles con las necesidades educativas?

8) Analizar el perfil básico de los oyentes para Híper Radio Online.

- 8.1) Toda producción radiofónica para Híper Radio Online, deberá considerar el perfil de sus potenciales oyentes, sin obviar las características educativas y científicas que la justifican. Esto permitirá ofrecer a la audiencia productos radiofónicos de calidad que no estén en contradicción con sus propios intereses y demandas, lo que garantizará establecer un vínculo de reconocimiento entre la radio y sus oyentes.

9) Lenguaje a utilizar en Híper Radio Online.

- 9.1) El lenguaje a utilizarse en los programas de Híper Radio Online deberá ser claro y coherente. No se utilizarán palabras ofensivas en materia política, sexo o religión, que puedan herir la susceptibilidad de los oyentes, así como del personal técnico – humano. De no cumplirse, serán debidamente apercibidos en conformidad con los reglamentos de la UPS.

10) Guion radiofónico para Híper Radio Online.

- 10.1) Para la realización de los programas en Híper Radio Online es obligatorio trabajar con guiones literarios y técnicos, en los que se describirá la producción radiofónica del programa, así como su contenido.

11) Talento Humano

Híper Radio Online, estará formada por un equipo de trabajo que se encargan del funcionamiento de la radio:

- 11.1) Director General de Híper Radio Online:** Se encargará dirigir las actividades previamente planificadas con su equipo de trabajo para que la programación se lleve a cabo de manera oportuna. Además de esto, el director general de la emisora trabajará en conjunto con la Dirección de la carrera de Comunicación para supervisar y coordinar la programación, así como dirigir todas las producciones radiofónicas de Híper Radio Online, aplicando las mejores estrategias para el funcionamiento adecuado de la radio.
- 11.2) Productor General de Híper Radio Online:** Se encargará de controlar y gestionar los diferentes recursos necesarios para la creación de productos comunicativos para Híper Radio Online, las mismas que puede ser grabadas o en vivo. El productor trabajará con su equipo de trabajo en escoger los contenidos más idóneos para los programas de la emisora. Coordinará, vigilará y seleccionará el objetivo de cada programa con respecto a la información que se va a emitir, así como también garantizará que las producciones radiofónicas sean de alta calidad y que cumplan con los estándares radiofónicos aplicables.
- 11.3) Encargado de laboratorio:** Se encargará de dirigir, de realizar un control a las actividades técnicas del laboratorio, a seguir el cumplimiento de actividades a realizarse, así como mantener el uso y funcionamiento adecuado de los equipos técnicos.
- 11.4) Jefe de Operador Técnico:** Cada programa de Híper Radio Online deberá contar con un operado técnico, que se encargará de realizar diversos puntos técnicos operativos en la cabina de la emisora, llevando así el control de las computadoras, consolas, micrófonos. Y de esta forma garantizar el funcionamiento correcto del programa a emitir.
- 11.5) Operadores Técnicos:** Deberán ser asignados por el Productor General, y deberán cumplir turnos específicos rotativos.

12) Híper Radio Online y la Web 2.0

12.1) Híper Radio Online aprovechará los recursos digitales disponibles para interactuar con los oyentes. Y aplicará estas tendencias en las producciones radiofónicas. La aparición de las nuevas tendencias digitales proporcionará una renovación constante en los formatos y contenidos de la programación, sin perder los objetivos de la radio universitaria: vinculación con la sociedad, divulgación científica e investigación.

12.2) Híper Radio Online utilizará plataformas virtuales como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube para difundir información de forma masiva, así mismo se designará a un estudiante el manejo de las redes sociales de la emisora para la difusión de actividades en el marco de Híper Radio Online.

13) Ley de propiedad intelectual en Híper Radio Online.

13.1) Toda programación a realizarse en Híper Radio Online, deberá verificar que los contenidos emitidos sean de su autoría, en el caso de la radio se emplearán audios, música, o efectos sonoros propios, o que se hayan adquirido con licencia para ser utilizados, o a su vez que no tengan derechos de autor. De esta forma, se evitará cualquier inconveniente legal.

14) Fuentes de la información en Híper Radio Online.

14.1) La información a ser difundida en Híper Radio Online deberá ser de fuentes confiables y reconocidas, las mismas que pueden ser conseguidas de entrevistas personales, libros, investigaciones, etc. De esta manera se evitará emitir información falsa. En caso de que la información provenga de internet, ésta debe ser confiable, y la fuente deberá citarse.

15) Aspectos Formales de Híper Radio Online.

- 15.1)** Los integrantes de cada programa deberán estar con diez minutos del inicio del programa, esto ayudará a la organización de los recursos a utilizarse en el mismo (guiones, música, entrevistas, etc.).
- 15.2)** Los integrantes de cada programa deberán tener preparado el material a utilizarse durante la totalidad de la emisión.
- 15.3)** La ausencia de los integrantes a un programa sin previo aviso, será sancionada, en este tipo de situaciones se obtendrá la necesidad de colocar un segmento musical o algún reprise de un programa. Todo esto, con la finalidad de cubrir el espacio vacío.
- 15.4)** La ausencia de los integrantes a dos programas consecutivos sin previo aviso, será sancionada, y dependiendo de la gravedad del problema, saldrán de forma definitiva de la programación de Híper Radio Online.
- 15.5)** No consumir ningún tipo de alimento o cualquier bebida que no sea agua dentro de las instalaciones de Híper Radio Online.
- 15.6)** Al finalizar cada programa sus integrantes dejarán el estudio ordenado y limpio para que los próximos en utilizar el espacio encuentren todo en su respectivo sitio.
- 15.7)** Al momento de emitir un programa se configurarán los celulares en modo vibración, o en su defecto en modo silencio para colaborar con un desarrollo idóneo del programa.
- 15.8)** Al momento de emitir un programa se evitará realizar todo tipo de ruidos que incomoden el desarrollo idóneo del programa.
- 15.9)** Cuidar los equipos técnicos de la emisora. Cualquier desperfecto debe notificarse inmediatamente al Jefe de Laboratorios para su solución.

- 15.10)** Cualquier solicitud de proyecto radiofónico, así como cambios de horarios dentro de la programación, deberán ser notificados con quince días de antelación a las autoridades de la emisora para que tome cartas en el asunto.
- 15.11)** El Coordinador o Director de Híper Radio Online, en conjunto con su equipo de trabajo, supervisarán los contenidos radiofónicos. De esta manera, determinarán si cumplen o no con los estándares de calidad que compete hacer una radio universitaria, así como también si cumple o no con las necesidades e intereses de la Universidad.
- 15.12)** El director general de Híper Radio Online, entregará a los integrantes de cada programa esta guía de gestión de contenidos para una radio universitaria, a su vez se encargará de hacer cumplir cada uno de los ítems impuestos, de no cumplir este reglamento, serán sancionados.

Anexo 2.

ENCUESTA SOBRE LAS PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE CUENCA EN EL MARCO DE LA GESTIÓN DE CONTENIDOS DE UNA RADIO UNIVERSITARIA.

1.- Sexo

Femenino.

Masculino.

2.- Edad (.....)

3.- Carrera (.....)

4.- Semestre que cursa (.....)

5.- ¿con que frecuencia escucha radio?

Menos de 1 hora diaria.

Entre 1 y 2 horas diarias.

Entre 2 y 3 horas diarias.

Más de 3 horas diarias.

6.- ¿Según su criterio, ¿cuál de estas temáticas deberían formar parte de una radio universitaria? Elija como máximo 3 opciones.

Informativos.

Culturales.

Difusión académica científica.

Interés general.

Consultas estudiantiles.

Entretenimiento.

Científicos.

Investigación.

Vinculación con la sociedad.

Programación especializada.

Otra. Especifique (.....)

7.- ¿Cómo debería ser la gestión para la realización de una radio universitaria?

Que los conductores de los programas sean estudiantes de Comunicación.

Que los conductores de los programas sean estudiantes de otras carreras.

Que los encargados de la radio sean profesionales.

Que los encargados de la radio sean estudiantes.

Que los conductores de los programas sean compuestos por equipos mixtos.

Otra. Especifique (.....)

8.- ¿Qué aspectos deberían ser considerados en la programación de una radio universitaria?

Concursos.

Comedia.

Invitados.

Variedades.

Que se informe acerca de ofertas laborales.

Que haya noticiero informativo.

Que se traten temas de actualidad.

Que se traten temas de opinión.

Otra. Especifique (.....)

9.- ¿Cuál es su preferencia musical?

Blues - jazz

pop-rock

Electrónica

Balada pop (Español)

Balada pop (Inglés)

Reggaetón

Tropical

Bachata.

Otra. Especifique (.....)

10.- ¿considera importante la radio universitaria para fomentar la vinculación, investigación y la educación superior con la sociedad?

Si

No

¿Porqué? (.....)

Anexo 3: Entrevistas.

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE OTRAS RADIOS UNIVERSITARIAS.

Las radios a investigar serán las siguientes:

- Radio Universitaria Católica de Ondas Cañaris.
- Radio UDA Online.
- Radio Universitaria Online.

En base a un análisis de contenido radiofónico de las emisoras mencionadas obtendremos lo siguiente:

- Establecer aspectos generales que permiten el funcionamiento correcto de una emisora universitaria.
- Obtener perspectivas diferentes acerca de cómo se constituye una radio universitaria.
- Definir qué tipo de contenidos, y el tipo de aprovechamiento realizan las emisoras mencionadas.
- Establecer aspectos como la divulgación de ciencia, formación de los estudiantes, así como también la vinculación con la sociedad.

La metodología será en base a entrevistas estructuradas a los directores o encargados de las radios mencionadas. De esta forma, se obtendrá de manera general:

- Aspectos generales de las emisoras.
- Medio Web.
- Contenidos Radiofónicos.
- Interactividad del público (FEEDBACK).

PREGUNTAS PARA LOS DIRECTORES O ENCARGADOS DE LAS EMISORAS UNIVERSITARIAS.

¿Coméntenos sobre los aspectos generales de la emisora?

¿Cómo es la gestión de la radio con las redes sociales?

¿Cómo es la forma para la realización de los contenidos radiofónicos?

¿Cómo es el Feedback de los oyentes con la emisora?

Anexo 4: Modelo de guion para Híper Radio Online.

GUIÓN INFORMATIVO DEL PROGRAMA "LA SALESIANA SPORT"

PROGRAMA: DURACIÓN: FECHA: CONDUCTORES:

LA SALESIANA SPORT

60 MINUTOS

ANDRES ARIAS, ALFREDO JUANACIO, ALEJANDRO LUDEÑA

001 CONTROL:

SPOT DE INICIO DEL PROGRAMA "LA SALESIANA SPORT" / 30 SEGUNDOS.

002 CONTROL:

MÚSICA REPRESENTATIVA DEL PROGRAMA EN PRIMER PLANO DURANTE 6
SEGUNDOS, LUEGO PASA A SEGUNDO

PLANO DANDO PASE A LA CONDUCCIÓN.

003 CONDUCTOR 1: (Andrés)

Buenas tardes amigos radio escuchas, bienvenidos al programa La Salesiana Sport. Les saluda José Andrés. Este espacio está creado para informar todos los acontecimientos en el mundo deportivo, en el ámbito local, nacional e internacional.

Nos acompaña también Alejandro Bradley en la conducción del
programa. (Pase al segundo conductor para su presentación)

004 CONDUCTOR 2: (Alejandro)

Buenas tardes, mi nombre es Alejandro y estaré acompañándolos durante 60 minutos, informando, debatiendo acerca de temas de interés social en el ámbito deportivo. Comparto micrófono también con Alfredo. Bienvenido Alfredo

005 CONDUCTOR 3: (Alfredo)

Buenas tardes amigos, gracias por sintonizarnos. Vamos de inmediato

con nuestro segmento.

006 CONTROL :

SPOT DEL SEGMENTO "DEL BARRIO A LA CANCHA" Luego
pasa a segundo plano dando pase a la conducción de la primera noticia.

007 CONDUCTOR 2 :

NOTICIA. Intervienes los otros dos conductores para realizar una lectura
intercalada, con un juego de voces.

008 CONTROL :

Cortina Musical

009 CONDUCTOR 1 :

Muy bien. Después de revisar los acontecimientos más destacados del
deporte en el ámbito local y nacional es momento de pasar al tema de debate de la tarde: "La
crisis económica en la federación ecuatoriana de fútbol".

010 CONDUCTOR 2 :

menciona su información (Primer lado del caso)

011 CONDUCTOR 1 :

ahora interviene Alfredo con su postura crítica en el tema.

012 CONDUCTOR 3 :

menciona su información (Segundo lado del caso)

013: CONDUCTOR 1 :

Realiza una conclusión, con el aporte que generen los oyentes mediante las redes sociales.

014 CONTROL:

CORTINA MUSICAL

015 CONTROL:

SPOT DE SEGMENTO "VUELTA OLÍMPICA" EN PRIMER PLANO DURANTE 30 SEGUNDOS Y DESPUES PASA A SEGUNDO PLANO PARA LA INTERVENCIÓN DE LOS LOCUTORES.

016 CONDUCTOR 3:

Inmediatamente revisamos los acontecimientos más importantes en el deporte mundial.

017 CONDUCTOR 1:

Lee sus noticias de forma intercalada con los demás.

018 CONDUCTOR 2:

Lee sus noticias de forma intercalada con los demás.

019 CONTROL:

CANCION QUE IDENTIFIQUE AL PROGRAMA EN PRIMER PLANO DURANTE 6 SEGUNDOS, DESPUES PASA A SEGUNDO PLANO PARA CONTINUAR CON LA DESPEDIDA.

020 CONDUCTOR 3:

De esta forma damos por terminado la programación de esta tarde, nos vemos hasta el día jueves con muchas más novedades en el mundo deportivo.

021: CONDUCTOR 2:

Amigos oyentes, recuerden que pueden escucharnos los días martes y jueves a partir de las 16 horas. Un abrazo de gol.

022 CONDUCTOR 1:

Hasta una próxima oportunidad. Vive el deporte al máximo. Esto fue la salesiana sport. Chao.

023 CONTROL:

SPOT FINAL DEL PROGRAMA