

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:
“IMPLEMENTACIÓN DE UNA PROGRAMACIÓN RADIAL PARA
LA EMISORA HÍPER RADIO ONLINE DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
SALESIANA SEDE CUENCA”**

AUTOR:

JOSÉ ANDRÉS ARIAS ITURRALDE

TUTOR:

PEDRO LUCIANO COLANGELO, Ph.D

CUENCA - ECUADOR

2020

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, José Andrés Arias Iturralde con documento de identificación N° 0104980628, 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: **“IMPLEMENTACIÓN DE UNA PROGRAMACIÓN RADIAL PARA LA EMISORA HÍPER RADIO ONLINE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE CUENCA”**, 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, junio del 2020



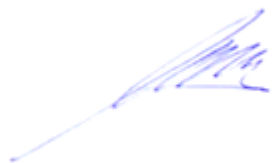
José Andrés Arias Iturralde

C.I. 0104980628

CERTIFICACIÓN

Yo, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación:
“IMPLEMENTACIÓN DE UNA PROGRAMACIÓN RADIAL PARA LA EMISORA HÍPER RADIO ONLINE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE CUENCA”
realizado por José Andrés Arias Iturralde, obteniendo el *Producto Comunicativo*, que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Cuenca, junio del 2020



Pedro Luciano Colángelo, Ph.D

C.I. 1752052108

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, José Andrés Arias Iturralde con documento de identificación N° 0104980628, autor del trabajo de titulación: **“IMPLEMENTACIÓN DE UNA PROGRAMACIÓN RADIAL PARA LA EMISORA HÍPER RADIO ONLINE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE CUENCA”**, certifico que el total contenido del *Producto Comunicativo*, es de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Cuenca, junio del 2020



José Andrés Arias Iturralde

C.I. 0104980628

AGRADECIMIENTO

Al culminar mis estudios universitarios quiero agradecer a la Universidad Politécnica Salesiana matriz Cuenca, Autoridades, Docentes, Equipo Administrativo, por formar año tras año profesionales comprometidos al cien por ciento con su trabajo y la sociedad.

Mi total gratitud a la Carrera de Comunicación Social y a sus distinguidos catedráticos por todos los conocimientos y herramientas brindadas a lo largo de estos años de especialización. Destrezas y capacidades que me han permitido desenvolverme en el mundo de la Comunicación.

Mis agradecimientos también al Mgs. Pedro Luciano Colangelo, Docente de la Carrera de Comunicación Social, quien dedicó tiempo a la tutoría de este Proyecto de Titulación, como también al Lcdo. Damián Páez, Director encargado del Asociacionismo Salesiano Universitario, quien autorizó y acompañó en la realización de las entrevistas realizadas a todos los Grupos ASU de la Universidad.

Finalmente, pero no menos importante, agradezco al Dr. Luis Araneda, docente revisor del presente proyecto de titulación.

DEDICATORIA

Con mucha satisfacción y felicidad, luego de concluir este Proyecto de Titulación, quiero dedicar este trabajo principalmente a mi Padre Dios por su inmenso amor al hacerme su siervo y permitirme el don maravilloso de la vida.

Quiero dedicar la culminación de mi Carrera Universitaria a mis padres Patricia Iturralde y Patricio Arias, quienes me han apoyado incondicionalmente en todo aspecto para cumplir una meta más en mi vida, ser un profesional de la República del Ecuador.

Como olvidarme de las personas quienes con sus consejos e incluso regaños me han ayudado a ser una persona de bien. Mis hermanas Cristina, Pilar y Sindy Arias, que siempre han estado presentes ante cualquier dificultad que he tenido, y que sobre todas las cosas se han convertido como unos padres para mí.

Asimismo dedico este trabajo a mí cuñado Danilo Muñoz y a mi tío, el Dr. Bolívar Solís, que me apoyaron económicamente cuando más lo necesité para finalizar mis estudios universitarios.

No puedo dejar de lado a mis dos ángeles que tengo el cielo, mis abuelitas María Luisa Solís y Julia Aguilar que siempre estuvieron pendientes de mí, y que con sus consejos que me dejaron en vida, me han permitido ser un hombre capaz de luchar ante cualquier dificultad y no rendirme en el camino.

Para todos ustedes va dedicado este Proyecto de Titulación.

RESUMEN.

El presente documento consiste en una propuesta de programación radiofónica universitaria, para “Híper Radio Online”, emisora digital de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana matriz Cuenca.

En esta programación se pretende implementar programas académicos, científicos, culturales, deportivos, entretenimiento, etc. Temáticas que responden al de una radio universitaria. De tal manera que la emisora de la Carrera de Comunicación se posicione dentro de las demás radio universitarias en la ciudad de Cuenca.

ABSTRACT.

This document consists of a proposal for university radio programming for “Híper Radio Online”, digital station of the Social Communication Program at the Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca.

This programming aims to implement academic, scientific, cultural, sports, entertainment, etc. Themes that respond to that of a university radio. In such a way that the station of the Communication Career is positioned within the other university radio stations in the Cuenca city.

PALABRAS CLAVES TEMATICAS.

- Radio universitaria
- Programación Radiofónica
- Parrilla de Programación radial
- Contenido Radiofónico
- Programas en vivo
- Podcast
- Emisora Digital
- Híper Radio Online

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. TEMA	2
2. PROBLEMA	2
3. OBJETIVOS	3
3.1 OBJETIVO GENERAL	3
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
4. JUSTIFICACIÓN	4
5. METODOLOGÍA	5
6. MARCO TEÓRICO	6
6.1 ¿QUÉ ES UNA RADIO UNIVERSITARIA?	6
6.2 DIFERENCIAS ENTRE RADIO UNIVERSITARIA Y RADIO COMERCIAL O COMUNITARIA	7
6.3 LA IDENTIDAD DE UNA RADIO UNIVERSITARIA	8
6.4 ¿QUÉ ES PROGRAMACIÓN RADIAL?	8
6.4.1 PROGRAMAS EN VIVO	9
6.4.2 PROGRAMAS PRE-GRABADOS O PODCAST	10
6.5 EL PERSONAL Y SUS ROLES DENTRO DE UNA RADIO UNIVERSITARIA	10
6.6 CONTENIDOS RADIOFÓNICOS PARA UNA EMISORA UNIVERSITARIA	12
6.7 ¿QUÉ ES UNA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN RADIAL?.....	13
6.8 LA AUDIENCIA EN UNA RADIO UNIVERSITARIA	13
6.8.1 AUDIENCIA POTENCIAL	14
6.8.2 AUDIENCIA REAL	14
6.9 LA WEB COMO HERRAMIENTA DE UNA RADIO UNIVERSITARIA	14
6.10 EL PERFIL DE UNA RADIO UNIVERSITARIA SALESIANA.....	16
6.11 “HÍPER RADIO ONLINE”. EMISORA DIGITAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	17

7. ESTUDIO DE CAMPO	18
7.1 ENTREVISTAS REALIZADAS A AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD Y DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	19
7.1.1 ENTREVISTA A P. JAVIER HERRÁN – RECTOR DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA	19
7.1.1.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENTREVISTA.....	19
7.1.2 ENTREVISTA A MGS. ANDREA DE SANTIS – DIRECTOR Y DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	20
7.1.2.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENTREVISTA.....	20
7.1.3 ENTREVISTA A DR. LUIS ARANEDA – DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y LOCUTOR DE RADIO CÓMPLICE 99.7 FM EN LA CIUDAD DE CUENCA	20
7.1.3.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENTREVISTA.....	21
7.1.4 ENTREVISTA A LCDO. EDWIN YUNGA – TÉCNICO/DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y LOCUTOR DE RADIO CATÓLICA 98.1 FM EN CUENCA.....	21
7.1.4.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENTREVISTA.....	22
7.1.5 ENTREVISTA A ALEJANDRO LUDEÑA – DIRECTOR DE HÍPER RADIO ONLINE EN EL PERIODO MARZO – AGOSTO 2019.....	22
7.1.5.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENTREVISTA.....	22
7.2 ANÁLISIS DE RADIOS UNIVERSITARIAS EN CUENCA.....	23
7.2.1 “CATONLINE” – EMISORA DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA.....	23
7.2.1.1 RESULTADOS OBTENIDOS	23
7.2.2 “RADIO UDA” – EMISORA DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY	24
7.2.2.1 RESULTADOS OBTENIDOS	24
7.2.3 “RADIO UNIVERSITARIA” – EMISORA DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA	25
7.2.3.1 RESULTADOS OBTENIDOS	25
7.3 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS REALIZADAS A LAS RADIOS UNIVERSITARIAS DE CUENCA	26

7.4 OYENTES DE “HÍPER RADIO ONLINE”	27
8. PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA PARA “HÍPER RADIO ONLINE”	28
8.1 IDENTIDAD DE “HÍPER RADIO ONLINE”	29
8.1.1 ESTILO MUSICAL DE “HÍPER RADIO ONLINE”	29
8.2 PROGRAMAS PARA “HÍPER RADIO ONLINE”	29
8.2.1 PROGRAMAS INFORMATIVOS.....	29
8.2.1.1 NOTICIERO	29
8.2.1.1.1 NOTICIERO DEPORTIVO	30
8.2.2 PROGRAMAS ACADÉMICO – CIENTÍFICOS	31
8.2.3 PROGRAMAS CULTURALES Y DE ENTRETENIMIENTO.....	32
8.2.4 PROGRAMAS SOCIALES	33
9. ANEXOS	34
9.1 ANEXO 1: ENTREVISTA A P. JAVIER HERRÁN – RECTOR DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA	34
9.2 ANEXO 2: ENTREVISTA A MGS. ANDREA DE SANTIS – DIRECTOR Y DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.....	36
9.3 ANEXO 3: ENTREVISTA DR. LUIS ARANEDA – DOCENTE DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y LOCUTOR DE RADIO CÓMPLICE 99.7 FM EN CUENCA.....	39
9.4 ANEXO 4: ENTREVISTA A MGS. EDWIN YUNGA – TÉCNICO DOCENTE DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y LOCUTOR DE RADIO CATÓLICA 98.1 FM EN CUENCA... ..	41
9.5 ANEXO 5: ENTREVISTA A ALEJANDRO LUDEÑA – DIRECTOR DE “HÍPER RADIO ONLINE” EN MARZO – AGOSTO DEL 2019.....	43
9.6 ANEXO 6: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ANIMADORES DE LOS GRUPOS ASU DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE CUENCA	45
9.7 ANEXO 7: MODELO DE PROGRAMACIÓN PARA “HIPER RADIO ONLINE”	44
10. CONCLUSIONES	45
11. RECOMENDACIONES	47
12. BIBLIOGRAFÍA	49

INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto de titulación, tiene como objetivo principal la creación de una programación radiofónica universitaria para la emisora digital de la Carrera de Comunicación Social, “Híper Radio Online”, de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca.

Este proyecto pretende implementar programas de divulgación científica, académica, deportiva, etc. para el interés de la comunidad universitaria y sociedad en general. Por ello, es importante poner en marcha programas de contenido variado que busquen informar, educar, culturizar y entretener al oyente.

En el Capítulo I, se realiza una investigación bibliográfica para conocer qué es una radio universitaria, cómo debe manejarse una emisora académica gestionada por estudiantes de tercer nivel, qué tipo de programas y contenidos se deben priorizar en una estación radial universitaria desde diferentes puntos de vista según los autores citados en este trabajo.

Por otro lado, en el Capítulo II se ejecuta la metodología planteada. Mediante entrevistas y encuestas se conocerán las necesidades que tiene el target de la emisora como estudiantes, docentes, autoridades de la Universidad. A su vez se planteará una estrategia que permita crear un modelo de programación para dicha emisora.

Asimismo, se realizará un análisis comparativo de la programación de las radios universitarias existentes en la ciudad de Cuenca, como son: “Radio UDA”, “Radio CatOnline” y “Radio Universitaria”, con la finalidad de conocer qué tipo de programas y contenidos emiten frecuentemente dichas emisoras, y qué programas son de mayor sintonía.

Finalmente en el Capítulo III se describe cada programa a emitir en la programación de “Híper Radio Online”, y se propone a la emisora digital de la Carrera de Comunicación Social una programación producida por estudiantes de Comunicación Social y otras carreras de la Universidad.

1. TEMA

IMPLEMENTACIÓN DE UNA PROGRAMACIÓN RADIAL PARA LA EMISORA HÍPER RADIO ONLINE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE CUENCA

2. PROBLEMA

Se ha optado por la implementación de un producto comunicativo que consiste en la creación de una programación radiofónica universitaria, que permita poner en marcha una correcta emisión de “Híper Radio Online”, radio digital de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca.

El problema se debe a que, en la actualidad, la radio de la Carrera cuenta con equipos técnicos y tecnológicos que permiten realizar una emisión radiofónica idónea, adaptándose a las nuevas tendencias digitales. Sin embargo, se necesita crear e implementar una programación radial capaz de emitir contenido científico, cultural, deportivo, musical, entre otros, con el objetivo de que la emisora funcione como modelo de profesionalización de los estudiantes.

“Híper Radio Online”, al no poseer actualmente con una programación apta para la comunidad universitario, está expuesta a formar profesionales no capacitados en el mundo radiofónico. Por tanto, se pretende crear una parrilla de programación ideal para una radio universitaria online salesiana.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

- Generar una parrilla de programación para Híper Radio Online, emisora de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca, que permita emitir información, conocimiento e investigación, de carácter académico, cultural, deportivo u otros.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el perfil del público oyente de la radio de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca.
- Proponer variedad de programas radiofónicos de calidad para el buen funcionamiento de Híper Radio Online.
- Promover la participación de los estudiantes de la Universidad en el proyecto de radio universitaria.

4. JUSTIFICACIÓN

Se ha elegido realizar este proyecto de titulación con el afán de que la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca, cuente con un canal de información cuyo propósito sea comunicar, educar y entretener de manera profesional a públicos internos y externos.

Es importante que la Carrera de Comunicación Social posea un medio de información que involucre a sus estudiantes como difusores de ciencia. Es decir, que puedan transmitir los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación académica a la sociedad. Asimismo, es fundamental que dicho medio de comunicación, cuente con una programación de calidad, que permita a sus gestores comunicar diversos contenidos de forma adecuada a los oyentes.

La creación de este proyecto radial buscará la innovación mediante la implementación de programas creativos por la forma de transmitir la información, de calidad por el tipo de contenido que se emite, y que evidencia de valores institucionales por ser una emisora académica salesiana. A su vez, la radio desarrollará un avance en la integración de los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca, con la sociedad en general para el aporte de conocimiento.

En definitiva, se ha optado realizar este proyecto de titulación con el afán de posicionar a la radio digital de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana Cuenca entre las demás radios universitarias existentes en la ciudad de Cuenca, poniendo en práctica lo aprendido durante los años de especialización.

5. METODOLOGÍA

En primera instancia se realizó una revisión bibliográfica que permitió establecer formas y criterios de funcionamiento para una radio digital universitaria.

Posterior a ello se realizaron entrevistas a docentes y autoridades de la Universidad con el propósito de conocer las necesidades y herramientas que presenta la comunidad universitaria al momento de implementar una programación radiofónica para la emisora de la Carrera de Comunicación Social. De esta metodología se dedujo que la radio de la Carrera debería informar actividades, investigaciones, problemáticas que acontecen dentro de la Universidad. Por ello se ha tomado en cuenta a los grupos pertenecientes al Asociacionismo Salesiano Universitario (ASU) como fuentes de información, al ser clubes que desarrollan actividades académica - científicas, deportivas, culturales, sociales y humanas. Temáticas ideales que podrían ser emitidas en una programación radial universitaria.

Como complemento a lo ya descrito, se desarrollaron encuestas a los Grupos ASU con el propósito de conocer que clubes están dispuestos a participar en la programación de la radio, período de tiempo en el que se genera información, tipo de contenido posibles a emitir y estrategias que se pueden trabajar al momento de producir un programa radial.

Posterior a ello se efectuó un análisis comparativo de la programación de las radios universitarias de la ciudad de Cuenca para saber qué tipo de programas se podrían implementar en “Híper Radio Online”.

Finalmente se realizó la creación de un modelo de parrilla de programación para la emisora digital de la Carrera de Comunicación Social teniendo en cuenta a los programas que existen en la actualidad y a los nuevos programas por implementar.

CAPÍTULO I

6. MARCO TEÓRICO

6.1 ¿QUÉ ES UNA RADIO UNIVERSITARIA?

La Radio Universitaria es un medio de comunicación perteneciente a una institución de tercer nivel, ya sea esta pública o privada, con cualidades, contenidos, públicos diferentes al de una emisora comercial o comunitaria.

El objetivo de una emisora universitaria consiste en informar, opinar, debatir ya sean temas coyunturales, deportivos, culturales, entre otros, creando en los estudiantes una capacidad de criticidad. De esta forma se permitirá la difusión de opiniones, el aporte de conocimiento a través la investigación. Contreras y Macarena (2013) afirman que una radio universitaria ayuda a la sociedad al momento de difundir investigación que se realiza en la institución. Sin embargo, dichas noticias no solo involucra a la audiencia universitaria, sino también a la sociedad en general.

En este sentido, Aguaded y Pena (2013) refieren que una radio universitaria presenta características, objetivos, instrucciones diferentes al de una emisora tradicional. Una emisora académica debe estar destinada al servicio de la ciudadanía. Esto quiere decir que una radio universitaria tiene la misión de entretener, pero también educar a su audiencia, vinculando al estudiante con la comunidad, y a la comunidad con el mundo académico y científico.

Una radio universitaria puede presentar varios tipos de modelos, que caracterizan principalmente por el contenido que se genera y se difunde en la emisora, los tipos de programas que pueden formar parte de la programación de la radiodifusora, los partícipes quienes son los encargados de manejar correctamente una radio universitaria, como también los locutores, equipo técnico, operadores, y por su puesto la audiencia.

Con referencia a este concepto, González (2009), defiende que una radio universitaria está conformada por diversas herramientas. Estas se conforman por actores o equipo humano, tipo de contenido de los programas y sobre todo de la visión que tiene la emisora, puesto que al ser una estación radial dirigida por una institución educativa la misión de esta puede formar parte de los objetivos del medio de comunicación. Tal es así que una radio universitaria puede establecer contenidos que crea pertinente para su audiencia, o que proyecte los objetivos y la identidad de la emisora.

Con referencia a las radios universitarias de Colombia, Barrios (2014) señala que una emisora universitaria tiene la obligación de difundir actividades que realizan los

estudiantes en sus laboratorios o aulas de clase. Afirma también que se debe entretener al oyente no solo con música, sino que dentro de la parrilla de programación de la emisora se deben generar propuestas de calidad que ayuden a promover el arte, la cultura, la investigación para la memoria del país.

Es importante tener en cuenta que la programación de una radio universitaria es diferente a la de una radio comercial o comunitaria, por lo que se debe optar por nuevas formas de involucrar al oyente, con programas originales, dinámicos e interactivos.

6.2 DIFERENCIAS ENTRE RADIO UNIVERSITARIA Y RADIO COMERCIAL O COMUNITARIA

Como se ha expuesto anteriormente, una emisora universitaria debe lograr informar educar y entretener de una forma opuesta a una radio tradicional. Una emisora académica debe transmitir su programación de forma reiterada sin fines de lucro, con el propósito de difundir los valores institucionales que proyecta la Universidad, mientras que una radio tradicional busca vender.

La diferencia entre una radio académica y una radio comercial o comunitaria no solo radica en el tipo de contenido que se pretende emplear y sus fines, sino también en su financiamiento.

Frente a esta idea, Forero Santos y Céspedes Valencia (2018) explican que el financiamiento de una radio comercial se debe estrictamente a la venta de publicidad. Mientras que en una emisora académica, el ingreso económico se genera gracias a sus propios gestores o a la institución, para la adquisición de equipos técnicos, señal de streaming contratación de personal capacitado u otras necesidades.

Otra diferencia se puede evidenciar en la infraestructura y el número de personal que puede tener una emisora universitaria frente a una tradicional. En la actualidad y gracias al internet, se puede emitir una radio desde espacios limitados y con un software automatizador para programar la transmisión de la radio. Esta característica define a la mayoría de radios convencionales de nuestra ciudad, y que también es utilizada por radios digitales. En los próximos temarios de este proyecto se explica el personal que requiere una radio universitaria para poder funcionar de forma profesional.

6.3 LA IDENTIDAD DE UNA RADIO UNIVERSITARIA

Se define a identidad como rasgos específicos que permiten reconocer a una persona, animal, cosa, etc. En el caso de una radio universitaria, las características que la identifica recaen en su audiencia, tipo de programación, estilo, imagen, entre otros. Tal es así que Rodolfo Gómez Concha (2017) argumenta que la identidad de una emisora, en este caso universitaria, es reconocida por su programación, contenidos, formas y formatos, enfoques, estilos y lenguajes que se utilizan. Así mismo refiere que estas particularidades evidencian un perfil que define, determina y caracteriza frente a su audiencia y competencia.

Es por eso que el tipo de contenido, la información, la música, el lenguaje que se emita en “Híper Radio Online” debe apegarse a la visión de la Universidad, su estilo y su perfil.

6.4 ¿QUÉ ES PROGRAMACIÓN RADIAL?

Para entender el significado de programación radial se debe conceptualizar ante todo el término programación. Un programa es un esquema, una serie de pasos, una normativa que se debe seguir en un determinado tema. Una programación radial es un diseño comunicativo formal, que pretende captar la atención del radioescucha. Araya Rivera (2011) conceptualiza el término programación como una forma intermedia entre el género y formato radiofónico, que se refiere a una estructura de comunicación integrada por uno o más géneros.

Con referencia a ello, Kaplún (1999), señala que un plan de programación radiofónica no solo se trata de una sola emisión, sino de un conjunto de emisiones que tratan acerca de uno o varios temas para el conocimiento del oyente. Esto quiere decir que al momento de planificar una programación radial, se debe tener en cuenta que los contenidos de cada programa pueden cambiar. Sin embargo, el enfoque debe ser el mismo para el consumo del radioescucha.

Por otro lado, Albarracín (2003) refiere que un comunicador social tiene un compromiso social que cumplir con la sociedad. Por ello no se debe caer en la improvisación al instante de realizar un programa de radio. Por esta razón se debe crear un diseño de propuesta para un programa radiofónico.

Para desarrollar una programación de radio se debe tener en cuenta el público oyente, los objetivos de la programación, ejes temáticos de la emisora, entre otras características que permiten generar una imagen e identidad a la radio.

Por su parte, Dido y Barberis (2006) argumentan que la programación de una radio universitaria no solo debe limitarse a producir contenido de carácter académico, cultural o educativo, sino más bien se debe sujetar a la variación de géneros y formatos radiofónicos que generen interés a la audiencia, ya sean programas dedicados al arte y la música. Esto quiere decir que si bien es cierto se debe priorizar a un contenido académico para la transmisión de información, también se puede crear otro tipo de programación radial, como musicales, entretenimiento, deportivos, entre otros, siempre y cuando estos formatos estén sujetos a la visión de la universidad.

6.4.1 PROGRAMAS EN VIVO

Un programa en vivo es la emisión de contenidos, en este caso radiofónicos, que se genera y transmite en tiempo real. El éxito de este tipo de programas se fundamenta en la capacidad de conducción e improvisación de los locutores, la calidad de audio que se transmite, así como también en el trabajo que realiza el operador técnico para que todos los sonidos se transmitan de forma correcta.

Se debe tener en cuenta que todas las emisoras que funcionan gracias a una señal de streaming generan un retraso de 2 minutos después de su emisión. Lalo Pizagna, máster streaming y productor de medios de comunicación radiales en México (2018), defiende que lo más importante para el buen funcionamiento de una emisora digital es la conexión a internet, para que el audio que se transmite pueda ser difundido con una calidad digital de 128 Kbps, utilizada por radios FM. Eso ayuda a que el oyente establezca una conexión de profesionalismo con la emisora, y así pueda ganar mayor sintonía.

Por otro lado el guión que más se utiliza en este tipo de programas es el literario, en donde facilita la comprensión entre presentadores y operador técnico. “Híper Radio Online” cuenta con una cabina master y de locución que permite realizar programas en vivo sin ninguna dificultad. Sin embargo, es importante crear medios o plataformas de interacción para con el público. Estas pueden ser redes sociales de la emisora en Facebook, Instagram, WhatsApp o también la Página Web por donde se escucha la señal de la radio.

6.4.2 PROGRAMAS PRE-GRABADOS O PODCAST

Un programa pre-grabado es la emisión de contenidos, en este caso radiofónicos, que se produce con anterioridad, pero que se transmite en tiempo real. Es decir, este tipo de programas son trabajados mediante un proceso de pre-producción y producción.

A este tipo de programas se los conoce también como Podcast o enlatados y el guión que es utilizado para trabajar en este tipo de material es el técnico, pues en dicho texto se especifica con más detalle todos los efectos sonoros, tiempos exactos, música específica que se utilizará, etc. Para una radio universitaria es recomendable generar este tipo de programas, con el fin de obtener un producto editado de forma correcta, sin errores de audio, y también para poder retransmitir los programas.

Con referencia a este concepto Piñeiro Otero (2012) deduce que en la utilización de los podcast en radios universitarias se ha visto favorecida por tres condiciones favorables que son la globalización del internet y su facilidad de acceso, la edición digital de archivos con resultados mucho más profesionales, y la implantación de dispositivos móviles inteligentes. De tal manera que se recomienda implementar una cabina de grabación y edición de audio exclusiva para “Híper Radio Online”, debido a que en la actualidad la carrera de Comunicación Social ofrece estos espacios para todos los estudiantes de manera general.

Dentro de esos dos tipos de programaciones para radiodifusión, se pueden crear y ejecutar programas de carácter informativo, programas deportivos, musicales, programas de participación de la audiencia, magazines, radio teatros, entre otros.

6.5 EL PERSONAL Y SUS ROLES DENTRO DE UNA RADIO UNIVERSITARIA

Una estación radial, a más de contar con equipos técnicos que permitan la correcta emisión de audio, necesita de personal que colaboren estrechamente en la organización, planificación y ejecución de una radio. Bernal (2009) establece que el trabajo que se desarrolle en una emisora es el trabajar en equipo, sin competencias. Asume que todos

los roles que se producen en este medio de comunicación son sumamente importantes para contribuir en el funcionamiento de la emisora.

Se debe tener en cuenta que el staff o personal que conforma una radio universitaria puede ser conformada por estudiantes, docentes de la carrera de Comunicación Social, o personal profesional en el ámbito radiofónico.

A continuación, se detalla el equipo de producción que necesita una emisora universitaria, juntamente con sus roles:

- **Director General:** Es el responsable del funcionamiento de la emisora. Su función es el de supervisar el trabajo de todo el talento humano.
- **Director de programación:** Es el responsable de la emisión de los programas de la radio, así como también verifica los contenidos a tratar en cada programa.
- **Productor general:** El productor general es la persona encargada de diseñar y producir contenidos y material para la radio. El productor graba y edita los materiales radiofónicos que se requieran para la puesta en escena de un programa en vivo o pregrabado.
- **Operador técnico:** Es la persona encargada de manejar los equipos de la radio, como consolas, computadoras, etc. para transmitir al aire un programa, basándose en un guión radiofónico.
- **Conductores:** Son también conocidos como locutores. Su función es la de darle orden y coherencia a un programa de radio. Así mismo, es la persona que redacta los guiones del programa, con el objetivo de cumplir tiempos en la radio.
- **Reporteros:** Estas personas realizan emisiones desde las afueras del estudio de radio, para dar voz a los radioescuchas. Realiza un trabajo coordinado con el productor y los conductores para que la emisión sea la adecuada.
- **Columnistas:** Son personas que conocen de diversos temas, ya sea coyunturales, deportivos, culturales, y que aportan dichos conocimientos en la radio desde estudios.

Ese es el personal básico que necesita una emisora universitaria para emitir una programación de calidad a sus oyentes. Según Albarracín (2003) y Bernal (2009), concuerdan que un programa de radio debe ser un trabajo organizado, planificando la producción y evaluando los resultados de la emisora, para su mejoramiento constante.

La carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana Cuenca, cuenta con estudios de grabación de audio para la producción de programas para “Híper Radio Online”, ya sea en vivo o pre grabados explicados anteriormente. Por ello es muy importante contar con un director y productor de radio para supervisar el trabajo y el producto final que realicen los estudiantes, para posteriormente emitir en vivo lo elaborado.

6.6 CONTENIDOS RADIOFÓNICOS PARA UNA EMISORA UNIVERSITARIA

Teniendo en cuenta que las universidades producen conocimiento, ciencia e investigación, pero también procesos de vinculación social, se debería contar con un medio de difusión de información y contenidos generados dentro de la Universidad, por lo que algunas instituciones optan por crear medios de comunicación para la vinculación del estudiante con la sociedad. Narváez y Pena (2012) exponen que una institución de tercer nivel forma ciudadanos que a futuro puedan desarrollar conocimientos para la sociedad y transmitirlos. Esto quiere decir que es de suma importancia que una institución formadora de futuros profesionales difunda sus conocimientos a la sociedad con el objetivo de educar a la sociedad.

Los programas de divulgación científica y cultural son parte principal de los contenidos que se deben incluir en las parrillas de programación. Porque en ella se presentan los resultados de las indagaciones que se ponen al alcance del oyente, y a la vez se cumple con el objetivo de vinculación con la sociedad. (Álvarez, Mullo y Mendoza, 2017).

De esta manera, para “Híper Radio Online” se podría realizar programas radiofónicos con temáticas académicas, científicas, deportivas, culturales, sociales, musicales, siempre y cuando se busque un plus diferente al momento de emitir la información. Se debe tener presente que la forma y el estilo de una radio universitaria es diferente al de una radio tradicional.

Así mismo, uno de los objetivos de la emisora de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana, será el proponer el debate público, la vinculación con la sociedad, con el propósito de generar una interacción entre conductores, oyentes, personal administrativo y docentes de la Universidad.

6.7 ¿QUÉ ES UNA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN RADIAL?

Una parrilla de programación (PP) es el conjunto de programas que se van a emitir en una emisora. Una radiodifusora no existe en el mercado sin una debida parrilla de programación, puesto que son estas herramientas las que permiten llamar la atención del target. Por ello, Tito Ballesteros (2013) alega que una parrilla de programación es la cara de una emisora y de sus valores institucionales. En ella se puede evidenciar el perfil de la radio y los mensajes que se brindará a su público.

Para la creación de una parrilla de programación radial se necesita buscar las necesidades de la institución, como también gustos de los públicos a quienes se dirige la radio. Rivera Costales (2012) sugiere que la parrilla de programación de una emisora digital debe ser creativa, innovadora, participativa. Asegura que esas cualidades fidelizan a un radioescucha.

Por otro lado Izquierdo Castillo (2016) indica que antes de crear una parrilla de programación primero se debe identificar el escenario de ubicación al cual pertenece la emisora. En el caso de “Híper Radio Online” se puede identificar el contexto de coexistencia complementaria y búsqueda de alternativas, debido a que estos campos establecen que una emisora conoce a su público y sus necesidades, su financiación es escasa, pero que busca perdurar en el tiempo.

Así mismo Izquierdo Castillo (citando a Contreras y Palacio, (2001)), deduce que después de identificar el contexto en el cual se desarrollará la emisora se debe proceder a elaborar una planificación y ejecución de una planificación, el cual consiste en estudiar etapas referidas a los objetivos de la radio y su público meta.

Por otro lado Izquierdo Castillo (2016) concluye que una parrilla de programación para una emisora se construye de forma horizontal y vertical, puesto que la postura vertical permite crear un hilo conductor entre todos los programas, mientras que la postura horizontal posibilita la memorización de la audiencia y posteriormente su fidelización.

6.8 LA AUDIENCIA EN UNA RADIO UNIVERSITARIA

Murelaga (2005), indica que audiencia es un término abstracto, pero que se le puede definir como un conjunto de personas que forman parte de una sociedad o grupo por el motivo de recibir un estímulo, ya sea entretenimiento, información o educación.

Este concepto se defiende debido a que, en radiodifusión, uno o varios oyentes tienen la capacidad de elegir una emisora y un programa en específico para escuchar. Es decir, existe una potestad de parte del usuario para seleccionar lo que quiere escuchar y el motivo de esta. Conocido este concepto, se puede deducir que la audiencia en una radio universitaria tendrá como posibles partícipes y oyentes potenciales a los estudiantes de la institución, guiados siempre por docentes especialistas en radiodifusión y en los temas a abordar en cada programa.

Dentro del concepto radial encontramos dos tipos de audiencia: La audiencia Potencial y La Audiencia Bruta o Real.

6.8.1 AUDIENCIA POTENCIAL

Muralega (2005) defiende que la audiencia potencial se refiere al grupo de personas que radican en un lugar determinado y por motivos personales necesitan escuchar radio para mantenerse informados u otros motivos. En el caso de “Híper Radio Online” podemos afirmar que nuestra audiencia potencial serán los estudiantes de las tres jornadas académicas que brindan la Universidad, Docentes, Equipo administrativo, otros empleados de la Institución y población en general como ex alumnos o residentes del sector en donde está ubicada la Universidad Politécnica Salesiana Cuenca.

6.8.2 AUDIENCIA REAL

Por otro lado, el mismo Muralega (2005) concluye que la audiencia real obedece específicamente a las personas que escuchan la emisora de forma constante y en tiempo real, es decir, el número total de personas que reciben la información. En el caso de “Híper Radio Online” se podría determinar el número de oyentes gracias al contador de visitas que cuenta la página oficial de la radio, y también a las estadísticas que presenta la página de Facebook en donde se podría transmitir cada programa.

6.9 LA WEB COMO HERRAMIENTA DE UNA RADIO UNIVERSITARIA

En la actualidad, la información que emiten los medios de comunicación puede llegar a más personas que en tiempos de comunicación a distancia analógica, gracias a Internet,

debido a las plataformas digitales que ofrece la web. Por lo tanto, la radio ha optado por utilizar herramientas digitales que permita difundir sus emisiones a más oyentes.

Tal es así que se han creado radios digitales debido al bajo presupuesto que se necesita para crear este tipo de emisora, utilizando las plataformas multimedia, junto con las redes sociales, se puede transmitir información y contenido diversos usuarios.

La revolución de las radios digitales generó una gran demanda de *tagging* y *podcasting*, herramientas necesarias para incluir en una emisora online universitaria (Ortíz, Barba, y Cheval, 2013).

Por ello Guevara (2012) concuerda con lo antedicho, y agrega que la innovación de la web carece de límites, y por esto las emisoras se han trasladado a funcionar gracias a herramientas que ofrece el internet. De este modo se debe entender a la tecnología como una ayuda para los medios de comunicación que, mediante plataformas digitales, aporten conocimiento e información a la audiencia.

Hoy en día se puede apreciar la popularización de radios digitales, exhibidas en redes sociales, para facilitar la interacción de oyentes con los presentadores. Por lo que radios comerciales, comunitarias y universitarias optan por la nueva forma de emisión conocida como *Live Streaming*.

Barragán y Terceros (2017) señalan que se necesita comprender a la tecnología como una herramienta para mejorar la sociedad. La programación que debería tener una radio online universitaria debería estar ligada a la participación de los escuchas mediante las plataformas virtuales, que permiten la interacción en tiempo real.

Entonces podemos hablar de una emisora universitaria online que busque adaptarse a las exigencias de los oyentes, utilizando las plataformas web que ayudan a conocer a los productores de la estación, la franja radial más escuchada, la edad y el tipo de personas que escuchan nuestra radio, entre otros datos estadísticos.

Con referencia a esta realidad, Céspedes y Forero (2018) deducen que el reto de una radio académica en línea es buscar contenidos llamativos como pueden ser culturales, educativos y una fusión de entretenimiento y educación.

Las radios universitarias online existentes en la ciudad de Cuenca, tales como Radio UDA, CatOnline y Radio Universitaria emiten su programación gracias al servicio de streaming de audio y video en Facebook y otras redes sociales para lograr una mejor interacción con sus radioescuchas. Por tanto, la emisora de la carrera de Comunicación Social pretende optar por este servicio, con el objetivo de lograr mayor interacción y alcance en sintonía.

Sin embargo, se debe tener en cuenta que, para administrar y gestionar una radio, en este caso de la Universidad, no solo se debe contar con recursos técnicos sino también con personal capacitado en el uso de equipos técnicos, como también en el ámbito de la locución.

6.10 EL PERFIL DE UNA RADIO UNIVERSITARIA SALESIANA

La radio de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana, matriz Cuenca, ha permitido que los estudiantes de la especialización realicen prácticas radiofónicas. No obstante, se pretende crear un proyecto integrador para que alumnos de otras profesiones de la Universidad puedan realizar programas radiofónicos, siempre y cuando se cumplan varios requerimientos establecidos por el directorio de la emisora.

Tal es así, que Javier Herrán, rector de la Universidad Politécnica Salesiana, afirma: “Se puede diseñar una radio universitaria salesiana de cambio de la sociedad, de producción académica, de pensamiento, siempre y cuando se realice una investigación para conocer el interés del joven universitario”.¹ La investigación se realizará para conocer la opinión, criterio, necesidad y gustos de los estudiantes, quienes serán participes principales de la emisora.

Así mismo, Herrán señala que puede existir una radio universitaria de la Politécnica Salesiana, con diverso tipo de programación, ya sean programas académicos, culturales, musicales, diversión, siempre y cuando se adapten al estilo de formación salesiana, dando libertad de opinión a los estudiantes.

Por otro lado Andrea De Santis, Director de Carrera de Comunicación Social, afirmó que si bien la radio de Comunicación debe estar destinada a la práctica de los estudiantes, también puede ser un medio digital en donde participen varios estudiantes de la Universidad independientemente de su especialidad. “Los comunicadores somos expertos en expresar, informar, difundir la información. Pero, necesitamos que las noticias sucedan a nuestro alrededor para poder contarlas, por ello también sería importante incluir a estudiantes de otras carreras a unirse a Híper Radio”.²

De esta manera se puede llegar a la conclusión de que una Radio Universitaria Salesiana debe buscar la inclusión de estudiantes para generar información variada y de

¹ Entrevista personal realizada el 18 de abril de 2019

² Entrevista personal realizada el 28 de octubre del 2019

interés universitario con una programación dedicada a la información, evangelización, distracción para el gusto de la audiencia.

6.11 “HÍPER RADIO ONLINE”. EMISORA DIGITAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana, matriz Cuenca, tiene a su favor una emisora digital para la práctica de sus estudiantes. La radio fue reestructurada para emitir nuevos programas a partir de 2018.

Edwin Yunga, técnico – docente de la Carrera de Comunicación Social afirma que la emisora tuvo una paralización de un año y medio, tiempo durante el cual se realizó un mantenimiento técnico a los equipos de la cabina, pero también se cambió la señal de *streaming*, nombre y diseño de la página web y por ende nombre de la emisora, que anteriormente se llamaba “UPS q’ Nota”.³ Desde 2018, y por la iniciativa de Jorge Galán, docente de la carrera, la emisora adoptó el nombre de “Híper Radio Online”; y emite su programación por la página web www.hiper.radio.fm las veinticuatro horas del día, los siete días de la semana.

Por otro lado, Pedro Colangelo, docente de la asignatura de Narrativas Sonoras encargado de la emisora, comenta que desde el período académico 2019 - 2020, la radio emite diez programas producidos solo por estudiantes de Comunicación Social, de primer, tercer, quinto y séptimo ciclo.⁴

Los programas que se transmiten desde el mes de noviembre del 2019 son: “Punto de diálogo”, “Como la primera vez”, “El radar de la ciencia”, “Desde la raíz”, “La sociedad desnuda”, “Cazatalentos”, “Historias del siglo XX”, “La lengua del gato gris”, “Planeta tecno” y “La salesiana informa”.

³ Entrevista personal realizada el 21 de Octubre del 2019

⁴ Entrevista personal realizada el 15 de noviembre del 2019

CAPÍTULO II

7. ESTUDIO DE CAMPO

En el presente capítulo se desarrolla la metodología que se utilizó para investigar los alcances del proyecto, las fortalezas y debilidades que demandan realizar una programación radiofónica para una emisora universitaria.

El tipo de investigación que se desarrolla es cualitativa y cuantitativa debido a que se conocerá qué tipo de programas se incluirán en la parrilla de programación de la radio, qué tipo de contenido emitirá en cada uno de ellos, horarios de emisión de cada programa.

7.1 ENTREVISTAS REALIZADAS A AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD Y DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

A continuación, se presentan las conversaciones sostenidas con autoridades de la Universidad y de las carreras de Comunicación Social y Comunicación que forman parte en una emisora radial, sea esta universitaria, comercial o comunitaria.

Estos diálogos ayudaron a conocer las necesidades y herramientas con las que cuenta la Universidad y la Carrera para poner en marcha un plan integral radiofónico, destinado al buen funcionamiento de Híper Radio Online.

7.1.1 ENTREVISTA A JAVIER HERRÁN – RECTOR DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

La entrevista a la máxima autoridad de la Universidad Politécnica Salesiana se realizó el 18 de abril del 2019, con el propósito de conocer la experiencia del rector de la Universidad dentro de un medio de comunicación radiofónico comunitario. Pero también el objetivo de la conversación pretende indagar qué tipos de programas serían idóneos para ser emitidos en la radio de la carrera de Comunicación Social en la sede Cuenca y a qué público se debería tomar en cuenta para el desarrollo del proyecto.

En el anexo 1 se puede visualizar las preguntas y respuestas realizadas a dicha autoridad para su correspondiente análisis.

7.1.1.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENTREVISTA

Una vez realizada la entrevista al rector de la Universidad Politécnica Salesiana, se llegó a la conclusión de que efectivamente se puede ejecutar un proyecto integrador para crear una programación radial para la emisora digital de la Carrera de Comunicación Social en la sede Cuenca, incluso se podría gestionar en un futuro receptores dentro de la Universidad para sintonizar la radio en espacios públicos de la institución.

Para el rector de la Universidad sería importante realizar programas con temáticas variadas para Híper Radio Online. Estos programas podrían ser de carácter académico, cultural, deportivo, musical e incluso de entretenimiento, siempre y cuando tengan la misión de aportar conocimiento, información o discusión entre la audiencia.

Por último, el entrevistado afirmó que periódicamente se deben realizar investigaciones para conocer la cantidad y necesidades de los oyentes de la radio.

7.1.2 ENTREVISTA A ANDREA DE SANTIS – DIRECTOR Y DOCENTE DE LAS CARRERAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

La entrevista al Director de las carreras de Comunicación Social y Comunicación se realizó el 28 de octubre de 2019, con el objetivo de investigar cómo se está manejando en la actualidad y qué se podría implementar en Híper Radio Online, para su correcto funcionamiento. También se pretende conocer la preparación que mantienen los estudiantes, como futuros profesionales, en el mundo radiofónico.

En el anexo 2 se puede acceder a las preguntas y respuestas realizadas a dicha autoridad para su correspondiente análisis.

7.1.2.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENTREVISTA

Realizada la entrevista al actual Director de las carreras de Comunicación Social y Comunicación se ha llegado a la conclusión de que una radio universitaria debería existir como espacio de práctica para los estudiantes de la carrera; sin embargo, también se debería trabajar de forma responsable y profesional dentro de la emisora.

Asimismo, el entrevistado comentó que en la actualidad se está dando oportunidad a estudiantes de cualquier ciclo para que formen parte de los medios digitales que cuenta la Carrera, y también a estudiantes de cualquier especialidad de la Universidad, incluyendo a los grupos ASU para que sean partícipes de Híper radio Online.

Finalmente comentó que la carrera de Comunicación Social cuenta con espacios y equipos apropiados para emitir veinte y cuatro horas al día la programación de la emisora. Así mismo los estudiantes de la especialidad se preparan constantemente en el mundo radiofónico, para poner en práctica la responsabilidad profesional, ética y social en un medio de comunicación.

7.1.3 ENTREVISTA A LUIS ARANEDA – DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y LOCUTOR DE RADIO CÓMPLICE 99.7 FM EN LA CIUDAD DE CUENCA

La entrevista al especialista en radiodifusión se realizó el 15 de septiembre de 2019, con el objetivo de conocer, según su experiencia en radio, como podría funcionar correctamente un medio de comunicación digital. Es decir, qué recomendaciones se pueden seguir para que la emisora de la Universidad se posicione dentro de las otras radios universitarias existentes.

En el anexo 3 se puede visualizar las preguntas y respuestas realizadas a dicha autoridad para su correspondiente análisis.

7.1.3.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENTREVISTA

La entrevista realizada al Docente de la Carrera de comunicación Social y periodista de una emisora de la ciudad de Cuenca ayudó a obtener los siguientes resultados:

Dentro de la programación de Híper Radio Online se debería trabajar en programas que eduquen, informen y entretengan, características principales de la radio. Dichas particularidades por lo general son omitidas por otras emisoras universitarias, por lo tanto el impacto que tendría la emisora de Comunicación de nuestra institución según el especialista sería importante.

Por otro lado el entrevistado comentó que posicionar la radio de la Carrera es un trabajo de todos los días, sin embargo, es necesario tener una identidad radial marcada y tomar en cuenta a otras especialidades de la Universidad, para que se divulgue con mayor éxito el contenido que se transmitirá por la emisora.

7.1.4 ENTREVISTA A EDWIN YUNGA – TÉCNICO/DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y LOCUTOR DE RADIO CATÓLICA 98.1 FM EN CUENCA

La entrevista al docente de la carrera de Comunicación Social se realizó el 21 de octubre de 2019 para conocer qué tecnologías se implementaron en Híper Radio Online para transmitir correctamente la programación. Así también se desea averiguar, según su experiencia en medios radiales, la cantidad de programas que se puede incluir en la parrilla de programación de la radio y su frecuencia de emisión.

En el anexo 4 se puede observar las preguntas y respuestas realizadas a dicha autoridad para su correspondiente análisis.

7.1.4.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENTREVISTA

Una vez realizada la entrevista al Técnico - Docente de la Carrera de Comunicación Social se pudo conocer que Híper Radio puede utilizar redes sociales para la emisión de los programas, siempre y cuando sean programa de debates, entrevistas, análisis para que no exista un corte de transmisión debido al copyright o derechos de autor en el caso de emitir canciones.

Así mismo se pudo conocer que los ordenadores de la cabina master de la radio están encendidos todo el tiempo, esto ayuda a que se pueda retransmitir un programa de radio en vivo, y que el oyente pueda sintonizar el mismo a cualquier hora del día.

Por ultimo argumentó que Híper Radio podría emitir por el momento hasta cinco programas al aire semanalmente, ya sean grabados o en vivo.

7.1.5 ENTREVISTA A ALEJANDRO LUDEÑA – DIRECTOR DE HÍPER RADIO ONLINE EN EL PERIODO MARZO – AGOSTO 2019

La entrevista al estudiante y encargado de programación de Híper Radio entre junio y octubre de 2019, Alejandro Ludeña Zambrano, se realizó el 14 de noviembre de 2019 con el objetivo de comprender qué tipo de contenidos prefieren realizar los estudiantes para un programa de radio. También conoceremos cuál fue el trabajo que realizó como Director de Híper Radio Online y finalmente cómo se podría administrar de mejor manera el trabajo que realicen los estudiantes dentro de la emisora.

En el anexo 5 se puede acceder a las preguntas y respuestas realizadas a dicha autoridad para su correspondiente análisis.

7.1.5.1 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENTREVISTA

Realizada la entrevista al estudiante y Director de Híper Radio Online, se conoció que en el periodo que estuvo a cargo de la emisora, existieron propuestas de radio para programas de noticias, debate, ciencia, música y entretenimiento.

El entrevistado argumentó que faltó compromiso de algunos estudiantes, pero debido también a la falta de coordinación de todo el directorio de la emisora. Por ello sugiere contar siempre con un equipo de trabajo dedicado todo el tiempo a la radio, para controlar y guiar el funcionamiento y trabajo de los estudiantes dentro del estudio de radio.

7.2 ANÁLISIS DE RADIOS UNIVERSITARIAS EN CUENCA

Para efectuar este estudio se ha realizado un análisis comparativo enfocado al tipo de programación que emiten las radios universitarias existentes en la ciudad de Cuenca producidas por estudiantes de la universidad. Esto con el propósito de evidenciar personalmente las características y tipos de programas con las que cuenta la parrilla de programación de cada emisora.

Las radios que se detallan a continuación pudieron ser sintonizadas en un horario específico (09:00 – 20:00) y los parámetros a indagar son: número de programas que emitieron en el horario especificado, temáticas en cada programa, tipo de contenidos de los programas, estilo de la emisora y oyentes enlazados en la semana.

7.2.1 “CATONLINE” – EMISORA DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

La radio de la Universidad Católica de Cuenca transmite su programación por la página web de la Universidad: www.ucacue.edu.ec. La investigación se desarrolló los días 04, 05, 06, 07 y 08 de noviembre del 2019 dentro del horario ya mencionado. A continuación se detallan los resultados obtenidos de la observación.

7.2.1.1 RESULTADOS OBTENIDOS

Tabla 1

Análisis de programación de la emisora “Radio CatOnline”

Número de programas	Temáticas	Tipo de contenido	Estilo de la emisora	Oyentes enlazados
5 programas emitidos por la señal de streaming.	Noticieros. Música. Variedades. Farándula. Existió poca interacción con el público oyente. La duración de cada programa fue de una hora.	Informativo. Cultura. Deportes. Interés general.	La emisora es conducida por estudiantes de la carrera de Comunicación Social y otras especialidades. La radio emitió música para un target entre 25 a 40 años con música variada pero con mayor frecuencia se sintonizó Jazz, Instrumental y Baladas en español.	Según la página de streaming de la radio que cuenta con contador de visitas y oyentes enlazados registra 70 oyentes enlazados en la semana de investigación.

En la siguiente tabla se detallan todos los parámetros evidenciados en la radio mencionada anteriormente con referencia a la programación de una emisora universitaria

7.2.2 “RADIO UDA” – EMISORA DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

La radio de la Universidad del Azuay trasmite su programación por la página www.radiouda.uazuay.edu.ec. La investigación se desarrolló los días 11, 12, 13, 14 y 15 de noviembre del 2019 dentro del horario ya mencionado. A continuación, se detalla los resultados obtenidos de la observación.

7.2.2.1 RESULTADOS OBTENIDOS

Tabla 2

Análisis de programación de la emisora “Radio UDA”

Número de programas	Temáticas	Tipo de contenido	Estilo de la emisora	Oyentes enlazados
8 programas emitidos por la señal de streaming.	Música. Variedades. En todos los programas hubo poca interacción con el público. Cada programa estaba formado por hombres y mujeres. Hubo docentes que participaron de los programas.	Informativo. Cultura. Interés general.	La emisora es conducida por docentes y estudiantes de la Universidad en general. La radio emite música para un target comprendida entre los 20 a 28 años de edad y los géneros que con más frecuencia se emitieron fueron: Pop en español e inglés, Rock y baladas.	La página de streaming de Radio UDA no cuenta con un contador de visitas. Sin embargo en las redes sociales en donde también transmiten se contabilizaron 100 personas que escucharon la emisora e interactuaron en cada programa.

En la siguiente tabla se detallan todos los parámetros evidenciados en la radio mencionada anteriormente con referencia a la programación de una emisora universitaria.

7.2.3 “RADIO UNIVERSITARIA” – EMISORA DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

La radio de la Universidad de Cuenca transmite su programación por la fan page de Facebook “Radio Universitaria”. La emisora cuenta con un reproductor de streaming en la página web de la Universidad; sin embargo, en los días 18, 19, 20, 21 y 22 de noviembre la señal se encontraba fuera de servicio, pero se emitieron programas por las redes sociales.

7.2.3.1 RESULTADOS OBTENIDOS

Tabla 3

Análisis de programación de la emisora “Radio Universitaria”

Número de programas	Temáticas	Tipo de contenido	Estilo de la emisora	Oyentes enlazados
1 programa emitidos por las redes sociales de la radio.	Información deportiva. Si existió interacción con los oyentes enlazados. Programa conducido por hombres y mujeres estudiantes de Comunicación Social.	Informativo.	La emisora se encuentra en restructuración en la actualidad.	En la página de Facebook existieron 60 conectados en el total de los días.

En la siguiente tabla se detallan todos los parámetros evidenciados en la radio mencionada anteriormente con referencia a la programación de una emisora universitaria

7.3 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS REALIZADAS A LAS RADIOS UNIVERSITARIAS DE CUENCA

Una vez realizada la investigación a cada una de las emisoras universitarias existentes en la ciudad de Cuenca, se pudo llegar a la conclusión que solo dos emisoras tienen una programación semanal definida. Así como también un target de seguidores y oyentes y música en particular.

Dentro de la programación se contabilizó mayoritariamente programas musicales y de variedades, dejando de lado la investigación, el aporte de ciencia a la sociedad, o actividades que involucren a la universidad, característica fundamental de una radio universitaria. Los tipos de programas que tuvieron mayor número de audiencia y que se pueden implementar en “Híper Radio Online” son informativos de la universidad y del mundo, opinión e información deportiva, música y variedades.

La creación de una programación fija y de contenido para “Híper Radio Online”, garantizará la fidelización del público meta de la emisora, como también la sociedad en general, al proponer una variedad de programas dedicados a la investigación, el debate social, la educación, y también de entretenimiento.

7.4 OYENTES DE “HÍPER RADIO ONLINE”

Si bien una radio universitaria busca la vinculación del estudiante con la sociedad en general, la radio de la Carrera de Comunicación Social debe tener en cuenta a un target o grupo de personas definidas.

Una investigación realizada por Alejandro Ludeña en el 2019 establece que el 66% de radioescuchas potenciales de “Híper Radio Online”, pertenecen al sexo masculino, mientras que el 34% de escuchas pertenecen al sexo femenino. La edad promedio de este grupo focal oscila entre los 21 a los 23 años de edad.⁵

A este target se lo denominará como público interno de la emisora, siendo este target gestor de información y radioescuchas.

Por otro lado se puede establecer un público externo que podría estar conformado por ex alumnos de la Universidad Politécnica Salesiana e incluso estudiantes de otras universidades debido a que las emisoras universitarias existentes en la ciudad de Cuenca no tienen una programación establecida, y en muchos casos las emisoras se limitan a transmitir por la ausencia de programas.

⁵ 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, Alejandro Ludeña Z, 2019.

CAPÍTULO III

8. PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA PARA “HÍPER RADIO ONLINE”

En el presente capítulo se realiza un modelo de programación radiofónica para “Híper Radio Online”, describiendo el estilo del programa, contenidos a emitir, horarios de transmisión, etc.

Vale recalcar que se tomará en cuenta a los programas ya existentes en la programación de “Híper Radio Online” y también a los clubes del Asociacionismo Universitario interesados en participar.

8.1 IDENTIDAD DE “HÍPER RADIO ONLINE”

Toda emisora radial debe presentar y mantener una imagen e identidad para el oyente. Este concepto está conformado por los tipos de programas que se emitan, contenido, creatividad al transmitir cada programa y por su puesto un estilo musical establecido que respete e identifique al target que va dirigida la emisora.

8.1.1 ESTILO MUSICAL DE “HÍPER RADIO ONLINE”

En la investigación realizada por Alejandro Ludeña, egresado de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana Cuenca, a diversos estudiantes de la Universidad en 2019, evidencia que los géneros musicales que prefieren los encuestados son: Baladas Pop y Pop Rock. Por tal motivo, se propone que sean estos géneros musicales los cuales predominen en la programación de “Híper Radio Online”.

8.2 PROGRAMAS PARA “HÍPER RADIO ONLINE”

8.2.1 PROGRAMAS INFORMATIVOS

Dentro de una radio universitaria es importante que existan programas que informen a la comunidad universitaria no solo noticias de la ciudad, el país o el mundo, sino también de acontecimientos relevantes que involucren a la Universidad. Por lo que se podría trabajar dos tipos de programas informativos: Noticias y Deportes.

8.2.1.1 NOTICIERO

El informativo radial que emita “Híper Radio Online” deberá estar enfocado a indagar noticias que involucre al estudiante y la Universidad, acompañado de información local, nacional e internacional. Esto debido a los resultados obtenidos de la investigación

realizada a diversos alumnos de diferentes especialidades, señalando que no se emite acontecimientos relevantes de la Universidad, sino solo se expone en la página web oficial. Sin embargo es importante que estas noticias se puedan informar por la radio de Comunicación Social, por este motivo, es importante dar prioridad a las noticias de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca.

Este programa puede ser trabajado por siete personas aproximadamente: 1 operador técnico en la cabina de mandos de la radio, 4 locutores o conductores del programa, y 2 reporteros de campo.

Si bien es cierto un noticiero debe emitirse en tiempo real, es decir en vivo. Sin embargo, se debe optar por grabar cada programa con la intención de retransmitir el mismo en diferente horario, con la intención de brindar al oyente mayor accesibilidad al informativo.

El noticiero se realizará en vivo dos veces al día, todos los lunes y miércoles, con la duración de sesenta minutos, a partir de las 14:00 horas. En cambio, los días martes y jueves se emitirán un reprís del programa del día anterior, en horario diurno a partir de las 09:00 de la mañana.

8.2.1.1.1 NOTICIERO DEPORTIVO

Por su parte, en la programación de “Híper Radio Online”, se propone así mismo realizar un noticiero deportivo, en el que se dialogue, informe y opine acerca del acontecer deportivo en la Universidad, la ciudad, el país y el mundo. El programa podría trabajar en conjunto con la Carrera de Cultura Física y el Club Deportivo Carneras.⁶

Este programa puede ser producido por siete personas, conformadas por un operador técnico en la cabina de mandos de la radio, cuatro conductores o locutores y dos reporteros quienes serán los encargados de buscar la información y producirla.

Los días de emisión en vivo del programa serán dos días a la semana, con la duración de sesenta minutos. El horario de emisión de este programa serán martes y jueves desde las 14:00 horas. Así mismo se plantea que este programa sea retransmitido los días miércoles y viernes en horario nocturno desde las 09:00 horas.

⁶ Sobre este particular, al momento de realizar esta investigación, se encontraba trabajando el estudiante Adrián León.

8.2.2 PROGRAMAS ACADÉMICO – CIENTÍFICOS

Desde noviembre de 2019 se emite un programa de ciencia en general denominado “El radar de la ciencia”, producido por los estudiantes de Comunicación Joel Montero y José Vallejo. Pero la intención es producir programas que también informen el aporte, la participación y el conocimiento de los estudiantes de la Universidad a la sociedad.

En la realización de este programa se puede integrar a dos clubes de participación universitaria dispuestos a trabajar en un programa de radio como son: Instituto de Ingenieros Electrónicos y Eléctricos (Rama IEEE), en donde se comunicará los trabajos de investigación que realiza la Carrera de Ingeniería Eléctrica dentro de los laboratorios al uso de la sociedad, y Exprésate Ingeniería Ambiental que se encargará de difundir nuevas formas de cuidado del medio ambiente. Tecnologías que se trabajan dentro de la carrera mencionada.

El horario establecido para la emisión en vivo de este programa es a partir de las 16:00 hasta las 17:00 horas, los días martes. Mientras tanto el reprís del mismo se emitirá en horario diurno a partir de las 10:00 horas.

Este programa puede ser producido por cuatro personas, divididos por un operador técnico y tres locutores.

Asimismo, existe un programa enfocado a tratar temas de innovación científica llamado “Planeta tecno”, producido por los estudiantes de Comunicación Davis Herrera y Angie Ruiz. Este programa puede involucrar la participación de los estudiantes y docentes del Club Emprendedores UPS. Este club trabaja en el asesoramiento de proyectos creativos e innovadores que realizan estudiantes de diferentes carreras de la Universidad, para el uso de la sociedad.⁷

El eje temático de este programa está en asesorar emprendimientos de los estudiantes, frente al sistema empresarial y económico. Se trabajará desde el ámbito creativo, financiero con el objetivo de enseñar al oyente nuevas técnicas de emprendimiento personal y social.

⁷ Al momento de la redacción de este trabajo, el estudiante Iván Quituisaca se encontraba trabajando sobre un modelo de programa científico.

En cada emisión se puede invitar a especialistas en desarrollo humano y económico, con el fin de dialogar, consultar y resolver dudas del oyente, para emprender proyectos empresariales.

Este programa se transmitirá en vivo los días lunes, desde las 17:00 horas, con la duración de sesenta minutos. Mientras que la retransmisión se llevará a cabo los días martes desde las 10:00 horas.

Por último este programa se ejecutará con la participación de cuatro conductores: un operador técnico y tres presentadores.

8.2.3 PROGRAMAS CULTURALES Y DE ENTRETENIMIENTO

En la actualidad se emite cinco programas producidos por estudiantes de Comunicación dedicados a música, la historia, la promoción de artistas jóvenes de la Ciudad y del País. Estos programas son “La lengua del gato gris”, “Historias del siglo XX”, “Desde la raíz”, “Como la primera vez”, “Cazatalentos”. Las temáticas de estos programas son el debate y la información de temas juveniles, acompañado de música y variedad. Los horarios de estos programas, que se pueden observar en el anexo 7, son respetados para la comodidad de quienes participan. Sin embargo se añaden horarios de reprís en horario diurno.

Por otro lado, el Club Danza y Música Folklórica ha solicitado un espacio dentro de la programación de la Radio para emitir música latinoamericana juntamente con noticias que realizan los estudiantes de la Universidad que pertenecen a dicha asociación. El objetivo de este programa es rescatar canciones ancestrales y andinas de Ecuador y Latinoamérica. El programa informará eventos de música ancestral, como también promocionar nuevos grupos y artistas de música folclórica a la ciudad. Para ello la estrategia que se ha optado es buscar e invitar nuevos artistas de este género musical para dialogar y realizar música en vivo desde el estudio de “Híper Radio Online”.

Es programa está destinado a durar sesenta minutos, transmitido en vivo una vez por semana. El día establecido son todos los días viernes desde las 16:00 horas. Mientras que el reprís del mismo se transmitirá los días lunes a partir de las 11:00 horas. El programa de música y danza folklórica será producido por cuatro personas, un operador técnico encargado del manejo de equipos de la radio, y tres locutores - reporteros encargados de conseguir y emitir la información.

Para este programa también se sugiere realizar emisiones en vivo en Facebook Live, con el objetivo de que la audiencia pueda conocer a los grupos folclóricos invitados a cabina.

8.2.4 PROGRAMAS SOCIALES

Dentro de este tipo de programas en la actualidad existen dos grupos integrados por estudiantes de Comunicación que emiten temáticas dedicadas al análisis socio político que vive el País y el mundo desde una visión juvenil. Estos programas son: “Punto de diálogo” y “Sociedad desnuda”. Estos programas transmiten una vez a la semana los días lunes y miércoles en horario vespertino. Sin embargo, se ha propuesto un horario diurno para la emisión del reprís.

Por otro lado, los grupos de participación estudiantil que han pedido un espacio dentro de la programación radial de la emisora para la producción de un programa radiofónico son Juventud en acción UPS y Grupo Misionero Don Bosco, que trabajarán en un mismo programa.

Estos programas tienen el objetivo de informar las actividades de pastoral que realizan estudiantes y docentes de los grupos dentro y fuera de la Universidad.

Así mismo se trabajará con invitados especialistas en cabina para tratar diversos problemas sociales como: consumo de drogas, embarazo precoz, violencia intrafamiliar, etc., desde un enfoque humano y cristiano.

La duración de cada programa es de una hora, los días de emisión en vivo se realizarán dos días a la semana, los miércoles desde las 17:00 horas y viernes a partir de las 14:00 horas. Por su parte las retransmisiones de los programas se emitirán los días martes desde las 15:00 horas y jueves viernes a las 17:00 horas respectivamente.

En el Anexo 7 se puede observar un esquema de propuesta con todos los programas, días y horarios de emisión.

9. ANEXOS

9.1 ANEXO 1: ENTREVISTA A JAVIER HERRÁN – RECTOR DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

P. ¿Cuál fue el motivo que le impulsó a formar parte de una radio comunitaria en el año de 1980?

R. El motivo principal que me motivó a pertenecer a una radio comunitaria fue mi trabajo con las comunidades indígenas y evidentemente la comunicación radiofónica en las comunidades indígenas ecuatorianas era una prioridad. Por tal motivo la radio era necesaria para mantener la identidad y la comunicación de las comunidades.

Es así que trabajamos con la Diócesis de Latacunga para montar una radio. Mi participación en la radio fue para demostrar que si se podía hacer de un medio de comunicación destinado a la población quichua y a la comunidad en general.

P. ¿Cuál fue el objetivo principal de la programación en aquella emisora?

R. El interés se enfocaba en la programación para la población indígena y el objetivo era de evangelización, que tenía como base la organización comunitaria, y dentro de la organización comunitaria era necesario en aquellos tiempos la organización socio política de todas las comunidades.

P. En la actualidad, ¿Existe una radio salesiana?

R. Una radio salesiana como tal no se ha pensado implementar. Sin embargo, se ha idealizado al salesiano en la comunicación. Es decir, existen radios animados por salesianos.

P. ¿Qué problema se puede presentar para la creación de una radio salesiana?

R. El problema en la actualidad se presenta en los contenidos que se pueda crear, debido a que hoy en día el joven está encerrado en su propio mundo, con su música, sus novedades en las redes sociales y esto afecta negativamente a la difusión de material para una radio salesiana.

P. Según su criterio. ¿Cómo debería funcionar una radio universitaria?

R. Primeramente se debería realizar un análisis para conocer qué está pasando con la población y la comunicación de los medios masivos. Vemos que las estadísticas nos dicen que las nuevas generaciones apenas ven televisión, entonces no sabes que producir si no escuchan radio.

P. ¿Cree usted que con todas estas problemáticas se podría crear una radio universitaria salesiana en la sede Cuenca?

R. Se puede diseñar una radio universitaria de cambio de la sociedad, de producción, de pensamiento, pero la pregunta es ¿quién nos escucha?, ¿estamos seguros que hay audiencia por parte del universitario?

Entonces, si se realiza una radio digital universitaria en este caso se debería analizar qué porcentaje de estudiantes escuchan la emisora de la Universidad.

Yo creo que si se planifica una programación de interés para el público universitario si puede funcionar, pero claro, se debería antes realizar una investigación para saber qué le interesa a un joven universitario, porque no es lo mismo un estudiante de primer ciclo, que uno de séptimo.

P. ¿Qué contenidos puede abarcar la programación de la radio digital en la Universidad sede Cuenca?

R. Sería esencial llevar a cabo programas que informen los acontecimientos de la sede aprovechando las redes sociales, programas que involucren al estudiante y la

cultura, pero también se puede diseñar un programa de música que evidencie el pensar juvenil salesiano. Es decir, darle al oyente una libertad para elegir que escuchar.

P. ¿En qué espacios de la Universidad se podría sintonizar la emisora?

R. Se podría discutir en que espacios implementar parlantes para escuchar la radio, pero se debe tener en cuenta que sintonizar la emisora de la Universidad no debe convertirse en una camisa de fuerza para los estudiantes sin dar opción, pero si se podría investigar en que sitios se podría escuchar la radio.

9.2 ANEXO 2: ENTREVISTA A ANDREA DE SANTIS – DIRECTOR Y DOCENTE DE LAS CARRERAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN.

P. ¿Cuál debería ser el objetivo principal de una radio universitaria?

R. Una radio universitaria tiene el fundamental objetivo de ser un espacio para los jóvenes de la Universidad hagan sus prácticas en el caso de Comunicación Social, y también puedan expresarse y presentar el trabajo que realizan en el caso de otras carreras. Hoy en día la comunicación es un aspecto que interesa a todo tipo de profesional y tener competencias comunicativas es algo de interés de un comunicador o un ingeniero.

P. ¿Qué aspectos diferencia a una emisora comercial o comunitaria de una radio universitaria?

R. La radio universitaria al no buscar un lucro es una radio más liberada ideológica y profesionalmente, es un espacio en donde se puede experimentar.

La radio universitaria debe ser un espacio en donde no se tiene miedo de hacer propuestas atrevidas.

P ¿Qué programas serían idóneos para implementar en la programación de Híper Radio?

R. La radio, por ser digital universitaria, podría implementar una variedad de propuestas para su programación. Nuestra radio debería reflejar en universo informativo que sucede en nuestra institución. Es decir, ser un medio plural que dé la posibilidad de tener varias voces, varias opiniones, varias expresiones, varios formatos.

Por dar un ejemplo, si hablamos de ¿qué estilo musical debe tener una radio universitaria?, sin duda debería ser una expresión de varios estilos musicales.

P. ¿Qué problemas se pueden presentar al momento de crear una parrilla de programación para nuestra radio universitaria?

R. Los problemas más grandes radican en la logística, la organización y el compromiso. En una radio comercial esto factible a que existe un sueldo, por lo cual el compromiso está en un contrato, en el caso de la radio universitaria todos aquellos que participan lo hacen de manera voluntaria por pasión.

Según las experiencias que hemos vivido hasta el momento recibimos muchas propuestas, pero poco compromiso. Al momento de llevar las iniciativas de las propuestas a la práctica yo estimo que un 60% de las personas se dan de baja automáticamente, no por falta de espacio o competencia, sino por la falta de compromiso por el proyecto que está en marcha, porque tener un programa de radio demanda mucha responsabilidad.

P. Como director de carrera de Comunicación social ¿Cómo es la preparación que mantienen en la actualidad los estudiantes de nuestra especialización con referencia a la radio?

R. Los estudiantes de quinto ciclo cursan la asignatura de radio básico en donde aprender a cómo expresarse, el manejo de equipos dentro de una cabina de radio, la producción de contenidos radiofónicos, acompañados de teoría y práctica.

Sin embargo, como carrera de Comunicación Social queremos incursionar valores éticos – profesionales para que nuestros futuros egresados sean capaces de dirigir un canal de televisión, una emisora de radio, una agencia de publicidad, etc. Por ello es que desde ya se están involucrando a estudiantes de ciclos inferiores para que vayan

perdiendo el miedo y adaptándose a la realidad. En nuestra carrera hemos dictado talleres, acompañamiento la estudiante.

P. Para Ud. ¿En qué espacios de la Universidad se podría sintonizar la radio de la carrera?

R. Pensando que la radio es digital, se puede escuchar desde cualquier lado. Cuando empezamos con el proyecto de la radio todas las oficinas administrativas escuchaban desde su computadora y a pesar que no todo el personal contaba con celulares inteligentes todavía, que nos permiten hoy en día superar filtros que en nuestros trabajos pueden estar insertados a nuestro internet. Esto significa que puedo trabajar escuchando la radio.

Aquello puede ser un recurso para implementarlo en espacios públicos como el patio de comidas, pasillos frente a secretaria o incluso la cancha de entrenamiento.

P. ¿Qué herramientas se pueden implementar dentro de nuestra emisora para que perdure en el tiempo?

R. En el caso de nuestra Universidad en aspectos tecnológicos tenemos todo lo que se necesita para una radio. Más bien lo que hace falta es planificación.

En la actualidad la radio de nuestra Carrera es un espacio que está allí para practicar cuando se desea y cuando no se apaga, y eso ha perjudicado para que una radio universitaria se convierta en un medio de comunicación y esté con programación constante con el público. Para ello se debe realizar un plan de cómo se debe hacer radio, cuáles son las etapas y también la participación de los jóvenes de Comunicación y de otras carreras dentro de la radio para que jamás exista un espacio de abandono.

P. De implementarse una programación para nuestra emisora ¿Se debería realizar programas en vivo o pre grabados?

R. Se podría hacer una mezcla de programas en vivo y enlatados. Pero existen programas que necesariamente deben ser en vivo. En un caso un noticiero no puede ser pregrabado por su necesidad de actualidad e inmediatez.

Siendo una radio universitaria y por falta de experiencia todo programa empieza por un podcast o enlatado, porque se necesita hacer una capacitación para que el estudiante pueda salir en tiempo real, pero el objetivo final debería ser que todos los programas sean en vivo.

P. ¿Qué personal es necesario implementar para que nuestra emisora funcione correctamente?

R. Es necesario que exista varias cabezas al frente de la radio. Se puede pensar en un director quien es la persona que define la línea de la emisora. Así mismo debe existir un productor de contenidos que pone en marcha esa línea establecida por gerencia y también del producto que emite las propuestas al aire, y por supuesto un técnico a cargo del mantenimiento de los equipos e la radio.

P. ¿Piensa usted que podrían formar parte en nuestra emisora estudiantes de otras carreras de la Universidad?

R. Sí, porque necesitamos de otras carreras para informar lo que está ocurriendo en nuestra Universidad, incluso podrían ser los mismos estudiantes que comuniquen su aprendizaje en las aulas. De esa forma creamos programación variada y entretenida.

9.3 ANEXO 3: ENTREVISTA A LUIS ARANEDA – DOCENTE DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y LOCUTOR DE RADIO CÓMPLICE 99.7 FM EN CUENCA.

P. ¿Cuál debería ser el objetivo principal de una radio universitaria?

R. Una radio universitaria básicamente debería promover la práctica, el aprendizaje de los estudiantes en todo lo que significa producción radial, y fomentar en los estudiantes la responsabilidad social, ética que tienen al momento de emitir contenidos a través de la radio.

P. Según su experiencia en medios radiales ¿Qué tipo de programas podrían ser incluidos dentro de la parrilla de programación de Híper Radio Online?

R. Principalmente se podría pensar en programas que eduquen, que informen y entretengan, eso es fundamental en una emisora. Es decir, programas que rescaten valores, que fomenten la buena convivencia ciudadana, estos elementos son indispensables para crear contenidos en nuestra radio universitaria.

Vale recalcar que también se pueden hacer programas muy creativos, originales, entretenidos, pero lo importante es que dejen enseñanza a la audiencia.

P. ¿Qué aspectos se pueden rescatar de una radio comercial y nuestra radio universitaria?

R. Hay algo fundamental que en todo medio de comunicación se debe priorizar como es la responsabilidad. Entendamos a la responsabilidad como profesional, social, ética.

Por ejemplo, una radio comercial tiende a revisar los contenidos a emitir diariamente, planificar los mensajes, no buscar la improvisación, sino más bien el respeto por el público.

Me parece que esa es la clave para que cualquier medio de comunicación pueda posicionarse frente a su competencia y sobre todo mantenerse en el tiempo.

P. ¿Qué tan importante es contar con un equipo de trabajo para controlar en el buen funcionamiento de una radio universitaria?

R. Siempre será importante contar con personal capacitado para el manejo de un medio de comunicación, en este caso una emisora, porque de esta manera se puede controlar la producción de la radio.

Deben existir un personal técnico y un personal de contenidos, conformado por buenos locutores, redactores, operadores técnicos y creativos y pensar siempre en un director o coordinador general que lidere el trabajo en grupo. Para la carrera de Comunicación es importante que se aprenda a trabajar en equipo, porque esa es la verdadera labor en un medio de comunicación sea cual sea.

P. ¿Cree Ud. que se puede integrar a estudiantes de otras carreras de la Universidad para que formen parte de Híper Radio?

R. Claro que sí. La emisora de nuestra Carrera debería estar abierta a estudiantes de otras carreras que pueden aportar mucha información desde su ámbito de aprendizaje, de profesionalización y para que cualquier persona pueda desarrollar técnicas y herramientas para desempeñar un buen trabajo en el mundo radiofónico.

**9.4 ANEXO 4: ENTREVISTA A EDWIN YUNGA – TÉCNICO DOCENTE
DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y LOCUTOR DE RADIO CATÓLICA
98.1 FM EN CUENCA**

P. ¿Cuál es el objetivo principal de la emisora de la carrera de Comunicación Social?

R. El principal objetivo de nuestra radio digital es la práctica para los estudiantes, en donde los jóvenes puedan trabajar, equivocarse, aprender del mundo de la radio.

P. ¿Cree Ud. que a futuro se pueda profesionalizar nuestra radio universitaria?

R. Si, de hecho se ha pensado trabajar en aquello. Si vemos la historia de una radio universitaria podemos evidenciar que estos medios de comunicación han servido para cambios sociales, inclusive gritos de la sociedad. Pero claro, que sean los estudiantes quinees vayan marcando estos hechos, englobaría todas las clases de carreras que cuenta la Universidad.

P. ¿Qué herramientas se pueden implementar en Híper Radio, para que la emisora funcione correctamente?

R. Yo pienso que una herramienta fundamental sería involucrar a un Director de la radio para que maneje a tiempo completo nuestra emisora, porque cada medio requiere de una persona encargada netamente en el manejo completo. Esa es una necesidad real y después la coordinación con los docentes.

P. ¿Qué tecnologías se han implementado para la emisora?

R. Hablar de tecnologías dentro de lo que es cabinas se han implementado dos computadoras con conexión a internet obviamente y programas automatizadores que permitan salir al aire, micrófonos, consola.

Sin embargo, dentro de lo que es radio las tecnologías no requieren de tantos recursos, claro que existen un montón de cosas que se pueden implementar, pero que serían complementos.

Otros elementos para promoción sería una persona que maneje las redes sociales de la radio para incursionar la publicidad y conseguir mayor sintonía.

P. Según su experiencia en la anterior radio de la Carrera ¿Con cuántos programas se podrían formar la parrilla de programación de Híper Radio?

R. Para Híper Radio yo pienso que para toda la semana se podría trabajar con cinco programas diarios, ya sea noticias, deportes, música, variedades, entrevistas y programas enlatados o podcast que se llama. Incluso los fines de semana se podrían retransmitir algunos programas.

P. ¿Cree usted que es mejor realizar un programa en vivo o producir podcast para nuestra emisora?

R. Lo más óptimo es un programa en vivo, pero también según las temáticas que realice. Si es un programa de música se podría trabajar como podcast.

Ahora estamos en conversación con la carrera de gestión de riesgos para que realicen un programa, entonces ahí si el programa debería ser en vivo, porque se podría trabajar en el transcurso del programa con llamadas al aire, interacción con el público en redes.

P. Con referencia a las redes sociales ¿Piensa Ud. que transmitir los programas por Facebook Live ayudaría a tener mayor sintonía y oyentes?

R. No, porque al Facebook Live hay que saberlo utilizar. A veces se piensa que por moda se realiza una transmisión en vivo por redes sociales, pero se limita a poner música y nada más, eso no tiene sentido.

Debemos tomar en cuenta que Facebook Live tiene derechos de autor y es casi imposible realizar programas musicales en Facebook. Ahora programas de análisis,

educativos, entrevistas, recomendaciones si se podría hacer, para tener diálogos e interacción con el público.

La discusión es saber qué programas puedo transmitir por des sociales, apegándome a nuestra necesidad.

P. ¿Cree Ud. que estudiantes de otras carrera de la Universidad, podrían formar parte de Híper Radio?

R. Claro, pero debe existir un encargado neto de la radio para que sea esta persona quien pueda visitar otras carreras y ofertar la posibilidad de integrarse en Híper Radio.

Así mismo esta persona debería realizar capacitaciones con los chicos para que conozcan el trabajo que hace un radiodifusor, sea locutor, productor, operador. De esa manera la radio funciona adecuadamente y de manera seria.

9.5 ANEXO 5: ENTREVISTA A ALEJANDRO LUDEÑA – ENCARGADO DE PROGRAMACIÓN “HÍPER RADIO ONLINE” EN EL PERÍODO JUNIO - OCTUBRE DE 2019

P. ¿Qué tipos de programas se realizaron para la emisora de la Carrera en el periodo que estuviste responsable (marzo – agosto 2019)?

En un principio se propuso a cualquier estudiante de la Universidad realizar un programa radiofónico a su gusto, después analizamos las propuestas con todo el equipo de trabajo de la radio y elegimos los programas más idóneos para trabajarlos y transmitirlos.

Tuvimos programas enfocados a la ciencia realizado por estudiantes de ingeniería electrónica, un programa musical llevado por estudiantes de ingeniería automotriz, y claro programas deportivos, culturales, noticias producido por nuestros compañeros de comunicación social.

P. ¿Qué problemas se presentaron al momento de salir al aire con cada uno de los programas?

R. El principal problema fue el compromiso de asistir a los programas por parte de los estudiantes. Grabábamos cada uno de los programas y repetíamos los días que los estudiantes no podían llegar a la radio por diversas circunstancias.

Ese problema tuvimos con los programas que fueron en vivo. Pero en cambio el programa que era pregrabado se lograba transmitir el día y la hora que debía salir.

P. ¿Qué fortalezas y debilidades piensas que tiene la radio de la carrera?

R. Yo pienso que una de las fortalezas son los equipos que cuenta la cabina de radio. Tenemos computadoras destinadas a emitir por la página del streaming www.hiper.radio.fm y también para cuando se desee transmitir por redes sociales. Así mismo la radio cuenta con 5 salidas de micrófonos, lo que en otras radios universitarias no lo tiene.

Ahora las debilidades que por el momento tiene nuestra radio es la falta de organización, debido a que el directorio lo conformábamos 3 estudiantes y 3 docentes, pero faltaba colaboración y coordinación.

P. Como estudiante ¿Qué tipo de programas serían de mayor interés para la programación de Híper Radio?

R. Yo creo que programas innovadores, creativos, entretenidos pero que eduquen a la audiencia. Es posible realizar un programa científico, acompañado de música, debates, diálogos y algo de teoría académica.

P. Como Director de la radio ¿Qué tipo de programas hace falta trabajar para implementar en la radio de la Carrera?

R. En el tiempo que estuve de Director necesitábamos programas destinados a la información de nuestra Universidad. Es decir, si anhelamos que los estudiantes de La Salesiana sean nuestro público meta, debemos realizar programas que involucren a la universidad.

Sería idóneo llevar a cabo un programa de noticias que hablen de los acontecimientos de nuestra sede, así mismo en lo deportivo, en lo cultural.

P. Como futuro profesional ¿Qué tipo de programas no se deberían transmitir en la radio de la Carrera?

R. Yo pienso que programas que no tengan contenido. En cualquier tipo de programas se puede realizar una investigación para dejar una conclusión al oyente. Por ejemplo, en un programa musical de rock, se puede brindar conocimiento hablando de la banda, sus canciones, conciertos, datos curiosos. Pero si limitamos a poner música y enviar saludos creo que como programa radial universitario no sería correcto.

Lo principal es trabajar con un guión, porque de esa manera aseguramos realizar programas con menos errores y con poca improvisación.

P. ¿Qué tan importante es contar con un equipo de trabajo para la radio de la Carrera?

R. Es sumamente importante, puesto que ayudamos desde diferentes campos a administrar la participación de todos los estudiantes que realicen un programa.

En nuestro periodo contamos con un director general, un productor y un director de programación y se realizó un trabajo aceptable con los chicos que demostraron compromiso con la radio.

9.6 ANEXO 6: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ANIMADORES DE LOS GRUPOS ASU DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE CUENCA

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Sede Cuenca

“HIPER RADIO ONLINE”

Indicaciones

Esta encuesta está dirigida a los encargados de los grupos ASU de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca, con el fin de proponer un espacio dentro de la programación radiofónica que ofertará “Híper Radio”, emisora de la Carrera de Comunicación Social.

Nombre del grupo ASU al que pertenece:

¿Su grupo ASU estaría interesado en contar con un espacio radial en la emisora de la carrera de Comunicación Social? (Si su respuesta es NO abandonar la encuesta).

SI

NO

De las siguientes opciones, elija qué tipo de contenido genera su grupo ASU.

- ACADÉMICO
- DEPORTIVO
- CULTURAL

- COMUNICACIONAL
- SOCIO - POLÍTICO
- PASTORAL

De las siguientes opciones, elija al menos 3 temáticas que tratarían en la radio, si su grupo ASU tuviese un programa.

- DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES INTERNAS DEL GRUPO ASU
- PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DEL GRUPO ASU
- NOTICIAS QUE INVOLUCRE A LA UNIVERSIDAD
- APORTES DEL GRUPO ASU A LA SOCIEDAD
- DIFUSIÓN ACADÉMICA – CIENTIFICA
- ENTRETENIMIENTO

Escriba tres estrategias que ejecutaría su grupo ASU para emitir un programa radial de calidad.

- 1)
- 2)
- 3)

¿Con qué frecuencia estaría de acuerdo en transmitir su programa radial?

- UNA VEZ A LA SEMANA
- DOS VECES A LA SEMANA
- TRES O MÁS VECES A LA SEMANA

Elija el horario idóneo para la trasmisión de su programa

- | | | |
|----------------|----------------|----------------|
| *08:00 – 09:00 | *09:00 – 10:00 | *10:00 – 11:00 |
| *11:00 – 12:00 | *12:00 – 13:00 | *13:00 – 14:00 |
| *14:00 – 15:00 | *15:00 – 16:00 | *16:00 – 17:00 |
| *17:00 – 18:00 | | |

9.7 ANEXO 7: MODELO DE PROGRAMACIÓN PARA “HIPER RADIO ONLINE”

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
09:00 10:00	REPRIS SALESIANOS EN ACCIÓN DEL VIERNES	REPRIS INFORMATIVO DEL LUNES	REPRIS PROGRAMA DEPORTIVO DEL MARTES	REPRIS INFORMATIVO DEL MIÉRCOLES	REPRIS PROGRAMA DEPORTIVO DEL JUEVES
10:00 11:00	REPRIS PROGRAMA DE VARIEDADES E INTERÉS JUVENIL DEL VIERNES	REPRIS PROGRAMA DE TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DEL LUNES	REPRIS PROGRAMA CIENTÍFICO DEL MARTES	REPRIS PROGRAMA CULTURAL SOCIAL DEL MIÉRCOLES	REPRIS PROGRAMA HISTÓRICO MUSICAL DEL JUEVES
11:00 12:00	REPRIS PROGRAMA DE DANZA Y MÚSICA FOLKLÓRICA DEL VIERNES	REPRIS PROGRAMA MUSICAL DE INTERÉS JUVENIL DEL LUNES	REPRIS PROGRAMA SOCIO POLÍTICO DEL LUNES	REPRIS PROGRAMA DE DIFUSIÓN DE ARTISTAS LOCALES Y NACIONALES DEL MARTES	REPRIS PROGRAMA MUSICAL DEL JUEVES
12:00 13:00 13:00 14:00	MÚSICA AUTOMATIZADA	MÚSICA AUTOMATIZADA	MÚSICA AUTOMATIZADA	MÚSICA AUTOMATIZADA	MÚSICA AUTOMATIZADA
14:00 15:00	INFORMATIVO	PROGRAMA DEPORTIVO	INFORMATIVO	PROGRAMA DEPORTIVO	PROGRAMA SOCIAL Y HUMANO
15:00 16:00	PROGRAMA SOCIO POLÍTICO	REPRIS PROGRAMA SOCIAL Y HUMANO DEL VIERNES	PROGRAMA CULTURAL SOCIAL	PROGRAMA HISTÓRICO MUSICAL	PROGRAMA DE VARIEDADES E INTERÉS JUVENIL
16:00 17:00	PROGRAMA MUSICAL DE INTERÉS JUVENIL	PROGRAMA CIENTÍFICO	PROGRAMA DE ANÁLISIS, DEBATE DE TEMAS SOCIALES Y COYUNTURALES	PROGRAMA MUSICAL	PROGRAMA DE DANZA Y MÚSICA FOLKLÓRICA
17:00 18:00	PROGRAMA DE TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN	PROGRAMA DE DIFUSIÓN DE ARTISTAS LOCALES Y NACIONALES	PROGRAMA SOCIAL Y HUMANO	REPRIS PROGRAMA DE ANÁLISIS, DEBATE DE TEMAS SOCIALES Y COYUNTURALES	REPRIS PROGRAMA SOCIAL Y HUMANO

La programación de esta parrilla está matizada con los programas existentes en la actualidad (verde) y clubes ASU (amarillo) interesados en participar. El color gris señala el repris del programa correspondiente. Se puede optar con más programas ofertada por la Carrera de Comunicación u otras especialidades, siempre y cuando el contenido a emitir responda al de una radio universitaria.

10. CONCLUSIONES

La Radio de las carreras de Comunicación Social y Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, matriz Cuenca, debe ser un medio de comunicación que permita la práctica de los estudiantes de forma profesional como en la mayoría de emisoras y medios de comunicación tradicionales.

Para ello, “Híper Radio Online” debe establecer una identidad como radio y contar con una programación que refleje el estilo de la emisora, como también los valores de la Universidad; es decir, que permita realizar investigación y difundirla. Por tanto se ha propuesto tomar en cuenta a otros estudiantes de la Universidad para la trasmisión de información generada dentro de los laboratorios de la misma.

Se debe tener en cuenta que la emisora es universitaria, por lo que existen parámetros definidos que diferencian de una estación radial comercial o comunitaria. Si bien es cierto las características de una radio es educar, informar y entretener: Sin embargo, una radio universitaria también puede implementar en su parrilla de programación dichos rasgos, pero siempre con el objetivo de culturizar y entretener a la sociedad y al público oyente. Se puede concluir que sí se puede generar programas de noticias, debate, variedades, deportes, música, entre otros, pero siempre con el fin de educar y crear contenido dinámico y académico para el radioescucha.

Se ha evidenciado que en las radios universitarias existentes en la ciudad de Cuenca no emiten programas educativos, sino que más bien se han enfocado en realizar solo programas de entretenimiento. Esto quiere decir que “Híper Radio Online” puede posicionarse, ente las radios universitarias de Cuenca, como un medio formador de profesionales y a su vez comunicadores comprometidos con la sociedad.

Todos los programas que se ha plantado en este proyecto de titulación cumplen con los objetivos de una radio universitaria: difundir ciencia, crear capacidad de criticidad e investigación en los conductores de cada programa e informar actividades en el ámbito cultural, deportivo, investigativo que realizan estudiantes de la Universidad en las diferentes carreras, haciendo partícipes a los estudiantes de la Carrera de Comunicación y también a estudiantes de otras especialidades de la Universidad, debido a que en ellas se genera información variada, que necesitan de un medio de comunicación para poder ser transmitidas al público.

Los horarios y días establecidos que se exponen en el modelo de parrilla de programación son flexibles para los estudiantes y docentes interesados en participar. Tal es así que al oyente también se le ofrece una facilidad de acceso a cada programa proponiendo una retrasmisión de cada uno en la franja radial de la mañana.

Finalmente, la programación presentada en este proyecto de titulación obedece a la transmisión radiofónica de contenidos realizados en y fuera de la Universidad por sus estudiantes. Por ende, se ha podido cumplir con el objetivo general del presente proyecto de titulación en generar una programación radial universitaria idónea para la emisora digital de la Carrera de Comunicación Social “Híper Radio Online”.

11. RECOMENDACIONES

Al finalizar el presente proyecto de titulación, se recomienda a las autoridades de la Universidad Politécnica Salesiana Cuenca y Carrera de Comunicación Social y Comunicación contar con profesionales encargados a tiempo completo destinados específicamente a dirigir el medio de comunicación universitario “Híper Radio Online” para su correcto funcionamiento. Así como también establecer un directorio supervisor de la radio, con el propósito de controlar y administrar eficientemente el trabajo que realicen los estudiantes al momento de producir un programa radiofónico.

Una de las principales herramientas que debe contar una radio, ya sea universitaria, comunitaria o comercial, es el estudio de grabación o cabina, puesto que debe contar con aislamiento de ruido exterior, espacio necesario para acaparar una cierta cantidad de locutores, adecuamiento estético debido a que ello forma parte de la imagen de la radio.

Se recomienda, también, que existan equipos exclusivos para “Híper Radio Online”, tales como micrófonos y consolas, puesto que en ocasiones se ha podido observar que dichos equipos son utilizados para otros fines de la Carrera.

Se sugiere que periódicamente se realice mantenimiento o cambio de equipos para que las emisiones de cada programa sean de excelente calidad técnica, y sea de buen agrado para el oyente, así como también revisar nuevos servidores de streaming que permitan llegar a más radio escuchas.

Por su parte se recomienda que cada programa que se produzca, sea grabado para emitir en el reprís asignado, de la misma manera poder subir a plataformas como Sound Cloud, Ivoox, Spotify para que el oyente pueda volver a escuchar el día y hora que desee.

Por otro lado se puede optar por producir cápsulas interculturales por los estudiantes de Comunicación, y poder automatizar en la emisión de la radio periódicamente. Se pueden utilizar productos comunicativos realizados por ex alumnos.

Cada programa que se trasmite en “Híper Radio Online”, debe utilizar las redes sociales creadas para la radio, con el fin de interactuar con el oyente de forma real e inmediata. Se debe tener en cuenta que la emisión por Facebook Live se la debe realizar siempre y cuando no sean programas musicales para evitar ser censurados por derechos de autor.

Por último se recomienda formar un club de radio que permita integrar a estudiantes de todas las carreras de la Universidad, y que así mismo se encargue de instruir temáticas radiales para poner en práctica en la emisora de Comunicación Social.

12. BIBLIOGRAFÍA

- Aguaded, I., & Pena, D. (2013). Educomunicación y radios universitarias: Panorama internacional y perspectivas futuras. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 64. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/269167071_Educomunicacion_y_radios_universitarias_panorama_internacional_y_perspectivas_futuras
- Aguaded, J., & P. C. (2011). *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*. España : Netbiblo.
- Albarracín, J. (2003). *Como diseñar un programa radial*. Lima : Cahuide.
- Albarracín, J. (2003). Como diseñar un programa radial. *La pizarra, revista de comunicación práctica*, 18.
- Álvarez, L., Mullo, A., & Mendoza, M. (2017). La radio universitaria en el Ecuador. *CSyE*, 100.
- Araya Rivera, C. (2011). *Géneros, programas y formatos radiofónicos: algunas reflexiones para su distinción.*. San José: Universidad de Costa Rica.
- Ballesteros López, T. (Junio de 2013). *www.radioteca.net*. Recuperado el 17 de Octubre de 2019, de El vestido de la radio. Recuperado de:
https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_06/Vestido_y_Parrillas.pdf
- Barragán, V., & Terceros, I. (2017). *Radios, redes e internet para la transformación social*. Quito: CIESPAL.
- Barrios, A. (2014). La radio universitaria, ¿una mezcla de experiencia, juventud y tecnología? *Chasqui*, 70.
- Bernal, S. (2009). *Manual de capacitación en radio*. Santa Cruz: Unesco.
- Contreras, J., & Palacio, M. (2001). *La programación de televisión*. Madrid: Síntesis .

- Contreras, P., & M. P. (2013). Más ciencia : cómo trabajar la divulgación científica desde las radios universitarias. *Edmetic*, 220 Páginas.
- Dido, J., & Barberis, S. (2006). *Radios Universitarias: Principios, funciones, objetivos*. Buenos Aires: Universidad Nacional de la matanza.
- Forero Santos, J. A., & Céspedes Valencia, F. J. (2018). *La Radio*. Manizales: Centro Editorial Universidad Católica de Manizales.
- Gómez, R. (1 de marzo de 2017). *Universidad Autónoma de Occidente*. Recuperado el 21 de noviembre de 2019, de La radio universitaria: Identidad y programación caso emisora Javeriana Cali 107.5 fm. Recuperado de: <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/9675/1/T07343.pdf>
- González Mantilla, J. M. (Junio de 2009). Estudio de audiencias a estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana en relación a la emisora Javeriana Estéreo. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Guevara, M. (2012). *El Locutor Profesional*. Quito: Centro de Capacitación MG.
- Izquierdo Castillo, J. (2016). *Teoría de programación de radio y televisión*. Castellón: UNE.
- Kaplún, M. (1999). *Producción de programas de radio*. Quito: Quipus.
- Murelaga Ibarra, J. (febrero de 2005). *Euskonews & Media*. Recuperado el 02 de octubre de 2019, de La audiencia de la radio. De los oyentes a los usuarios. Recuperado de: <http://www.euskonews.eus/0427zkb/gaia42704es.html>
- Narváez, C., & Pena, D. (2012). *Las radios Universitarias, más allá de la radio*. Barcelona: UOC.
- Ortíz, M., Barba, D., & Cheval, J. (2013). La Radio Universitaria en el siglo XXI: perspectiva hispano-francesa. *edmetic*, 81.

Piñeiro Otero , T. (2012). Los podcast en la educación superior. *Revista Iberoamericana de Educación*, 12.

Pizagna, L. (12 de Febrero de 2018). ¿Qué necesitas para tener una Radio por internet?

(G. Locutor, Entrevistador)

Rivera Costales, J. (2012). *100 claves para la radio en línea*. Quito: CIESPAL.

Salesiana, U. P. (2019). *Universidad Politécnica Salesiana*. Recuperado el 15 de 11 de

2019. Recuperado de:

<https://www.ups.edu.ec/asociacionismo-salesiano-universitario>

Entrevistas personales

De Santis, A. (28 de octubre de 2019). La radio universitaria e Híper Radio. (A. Arias,

Entrevistador)

Araneda, L. (15 de Septiembre de 2019). La radio Universitaria. (A. Arias,

Entrevistador)

Herrán, J. (18 de abril de 2019). Creación de contenido para una radio universitaria

salesiana. (J. Arias, Entrevistador)

Yunga, E. (21 de Octubre de 2019). Híper Radio Online. (A. Arias, Entrevistador)

Ludeña, A. (14 de noviembre de 2019). Híper Radio Online. (A. Arias, Entrevistador)

Colangelo, P (08 de enero de 2020). Híper Radio Online. (A. Arias, Entrevistador)