



## NUEVO ESPACIO RADIOFÓNICO COMUNITARIO VIA STREAMMING: POST - PANDEMIA

### NEW COMMUNITY RADIO CHANNEL BY STREAMMING: POST -PANDEMIC

<https://doi.org/10.5281/zenodo.4599769>

AUTORES: Daniel Gustavo Lemos Beltrán<sup>1</sup>  
Yahaira Lisbeth Moreno Brito<sup>2</sup>  
Mónica Joselyn Andrade Bazán<sup>3</sup>  
Jhon Vicente Izquiero Moran<sup>4</sup>

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: [dlemos@utb.edu.ec](mailto:dlemos@utb.edu.ec)

Fecha de recepción: 10 de noviembre del 2020

Fecha de aceptación: 10 de diciembre del 2020

#### RESUMEN

La emergencia sanitaria Covid-19 sumió a la sociedad mundial en confinamiento absoluto. Las interacciones sociales quedaron relegadas a espacios virtuales mediante dispositivos y la información oficial quedó a manos de los medios de comunicación nacional. Sin embargo, mucha información era tergiversada o solo correspondían a las grandes ciudades, dejando a un lado a las pequeñas comunidades. Si bien, los dirigentes cantonales hicieron lo posible por mantener a sus habitantes informados a través de medios digitales, las localidades vulnerable y población no-nativos digitales debieron afrontar dificultades para acceder a la información. El proyecto se presenta como una posible vía para acortar la brecha tecnocomunicacional de los sectores rurales y reactivar desarrollo económico - social por medio de la implementación de un radio vía

<sup>1</sup> Ingeniero En Administración De Empresas Énfasis Marketing Universidad tecnológica Ecotec, Magister En Marketing-Universidad Particular De Especialidades Espíritu Santo, Docente contratado de la Universidad Técnica de Babahoyo

<sup>2</sup> Ingeniera En Producción Y Dirección En Artes Multimedia-Universidad Católica De Santiago De Guayaquil, Maestría En Diseño Industrial Chonbuk National University, Docente contratada de la Universidad Técnica de Babahoyo

<sup>3</sup> Ingeniera En Producción Y Dirección En Artes Audiovisuales Universidad Católica De Santiago De Guayaquil, Master Universitario En Contenidos De Comunicación Audiovisual Y Publicidad Universitat Autònoma De Barcelona, Docente contratada de la Universidad Técnica de Babahoyo.

<sup>4</sup> Ingeniero Químico Universidad de Guayaquil, Magister en Administración de Empresas Universidad Técnica de Babahoyo, Docente Titular de la Universidad Técnica de Babahoyo.

streaming que además se conecte a las bases acústicas que poseen los espacios públicos de los cantones. De esta forma, integrar a todos los entes sociales en igualdad de acceso a la información. Además, permite crear espacios de desarrollo pre-profesional para los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, quienes serán los encargados del funcionamiento de la radio.

**Palabras clave:** Radio online, streaming, radio comunitaria, desarrollo social

#### **ABSTRAC**

The Covid-19 health emergency plunged world society into absolute confinement. Social interactions were relegated to virtual spaces through devices and official information were conveyed by national media. However, considerable information was distorted or only concerning to large cities, barring small communities. Although cantonal leaders did their best to keep their inhabitants informed through digital medias, vulnerable localities and non-native digital populations had to face struggles to access information. The project is presented as a possible way to bridge the gap between techno-communication and rural regions. Therefore, reactivate national economic constraints and promote social development throughout a community radio which also links to the public acoustic bases inside the downtown spaces. Thus, integrate all social entities with equal access to information. Further, allows new pre-professional places where social communication's students could develop their skills.

**KEYWORDS:** Online radio, streaming, community radio, social development

#### **INTRODUCCIÓN**

Desde la invención del primer mecanismo radiofónico por Marconi en 1895 en Bolonia, Italia hasta la actualidad y contra todo pronóstico, la radio sigue siendo parte de la cotidianidad social. Sin embargo, es innegable que debido a la revolución tecnológica y a partir de la web 2.0, todos los medios conocidos como tradicionales deban adaptarse al nuevo sistema. Aun hoy en día se debate; en las diferentes convenciones a nivel global, sobre el futuro de este espacio sonoro. En retrospectiva, la radio se constituyó como fuente de comunicación primaria entre localidades rurales y ciudades. Muchos de los radio-escucha especialmente de los años setenta, enviaban mensajes a sus familiares de pueblos distantes a través de este medio y a su vez se mantenían informados sobre los acontecimientos nacionales.

Remontando al origen de la radio en Ecuador, en 1925 en Guayaquil y Quito emergieron radios experimentales y sin duda alguna la época de los 30 se constituyó como el florecimiento del sistema radiofónico en el país. Sin embargo, no es hasta la década de los sesenta y setenta que organizaciones sociales, no gubernamentales y entidades religiosas crearon medios de comunicación social propios con la finalidad de educar y fortalecer el uso de la lengua nativa

y formas productivas en el país; uno de sus personajes memorable fue el Monseñor Leónidas Proaño (Grijalva, 2019).

Los cambios significativos que ha experimentado la radio han creado un oyente activo, sobre todo a partir del surgimiento de las radios-online vía streaming, combinadas con el despliegue de los social media. Para López (2019), el oyente activo es generador de contenido multimedia y además exige señal analógica, digital y estaciones en internet con la suficiente calidad de audio y contenido.

La radio desde sus inicios creó vínculos sociales y cortó distancias, a demás de entretener e informar. Hoy en día, la emergencia sanitaria - Covid 19, dejó en manifiesto la importancia de la comunicación entre la sociedad y los gobiernos locales. Si bien, los medios televisivos y sobre todo canales o comunicación digital han permitido la emisión, recepción y difusión de mensajes inmediatos, no todos los integrantes de la sociedad están listos para ese cambio repentino. Sumado a esto, la mayoría de los medios nacionales ofrecen información general o relacionada con acontecimientos en ciudades principales del país dejando a un lado información relevante de las comunidades pequeñas.

Las normativas impuestas por el gobierno como consecuencia de la pandemia- COVID 19 fue el confinamiento total de la población. Debido a ello, los medios de comunicación cumplieron un papel fundamental como entes difusores de información. Si bien, los jóvenes quienes disponían de conectividad digital; mediante sus cuentas sociales y medios on-line se mantenían actualizados en el tema. Los que sufrieron grandes embates fueron los adultos mayores y comunidades rurales o vulnerables, quienes aun no cuentan o se le dificulta el acceso al servicio de internet. Adicional, la variación de las normativas provinciales y locales que la nueva normalidad dejó a su paso, son objeto de confusión para sus residentes y visitantes.

Una vía de apoyo para fortalecer la comunicación de todos los entes sociales y sin excluir a la población vulnerable podría llevarse cabo a través del retorno de la radio vía streaming en los espacios públicos. Este mecanismo facilitaría información actualizada y veraz en tiempo real, alimentada directamente por la Municipalidad y Gads Parroquiales en coordinación con la Universidad Técnica de Babahoyo. Además, como valor agregado proporcionaría entretenimiento a los habitantes, funcionaría como medio publicitario para los negocios locales y ayudaría a los estudiantes de la carrera de comunicación a realizar sus prácticas pre-profesionales.

La idea inicial surgió como proyecto en clase para la materia de emprendimiento en octavo semestre de la carrera de comunicación social, dictada por el Máster Daniel Lemos y ejecutada por el estudiante Byan Sosa Vélez con el nombre de Voz-UTB. El cual fue pensado como contribución para el desarrollo profesional de la comunidad universitaria, que busca crear lazos de cooperación socio-económica con entidades comerciales y gubernamental de la Ciudad, con finalidad de satisfacer las necesidades comunicacionales del Sector Babahoyense.

El proyecto está enfocado en mejorar las habilidades de producción radial y comunicación digital de los estudiantes de la Universidad Técnica de Babahoyo, quienes tendrán la oportunidad de realizar sus prácticas pre-profesionales en un ambiente de trabajo real dentro de la misma institución educativa. Para lograrlo, se planteó la creación de una radio vía streaming que no solo sea transmitida por internet sino también re - direccionando la señal a las diferentes bases acústicas que poseen los espacios públicos de la Ciudad de Babahoyo y por medio de enlaces en vivo en las diferentes redes sociales.

En el año 2019 cuando la propuesta de Voz-UTB surgió, aun la emergencia sanitaria - Covid19 ni siquiera era tema de debate. Hoy por hoy, la necesidad de mantener a los residentes actualizados sobre el desarrollo del virus y nuevas medidas de contingencia sin tergiversaciones de información saca a relucir la importancia de mantener un canal comunitario que vincule la tecnología digital con lo analógico . Así, todos los grupos sociales se encontrarían en igualdad de condiciones y acceso a la información.

## **METODOLOGÍA**

Los lineamientos metodológicos del presente trabajo corresponden al diseño experimental e innovador, con los cuales se brindará una descripción detallada del funcionamiento, procesos de conexión de la radio digital - analógico, actores internos y externos participantes y posibles retribuciones económicas a futuro.

La ciudad de Babahoyo cuenta con una de las Universidades más importantes de la provincia de Los Ríos, cuya población estudiantil está conformada por un alto porcentaje de jóvenes provenientes de ciudades y parroquias aledañas que están ávidos de información, lo que permitió establecer dos segmentos de mercado:

- Primero, son las instituciones públicas; quienes usarían la transmisión radial para emitir comunicados de índole social a la población.
- Segundo, es el sector comercial; quienes tienen la necesidad de publicitar sus productos o servicios a la comunidad.

La ejecución del proyecto es prevista a través de dos vías: online y bases sonoras en espacios públicos. La radio se empata con internet para difundir sus emisiones tradicionales a través de canales alternativos; es decir mediante las redes sociales. Además, vía streaming se conectará a los dispositivos sonoros ubicados en los espacios públicos. Siendo el centro de operaciones la Universidad Técnica de Babahoyo, que además brindará el personal calificado para su coordinación y funcionamiento. Es importante resaltar lo expuesto por Ortiz & López (2012) "El término post-radio alude a esta nueva situación, lo cual provoca cambios en el modelo radiofónico tradicional, concibiéndolo como un sistema híbrido de distribución de contenidos con vocación multimedia." (p. 120)

Utilizando los beneficios de conectividad del internet y los diferentes servicios de transmisión vía streaming, la frecuencia radial sería emitida a través de “Radionomy / Shoutcast” vinculada a los medios de comunicación digital pertenecientes a las entidades participantes, y a su vez será re-direccionada a las bases acústicas de los espacios públicos de las comunidades. En resumen, el flujo comunicacional partirá de la retroalimentación entre Municipio o GAD Parroquiales con Universidad, utilizando una señal digital (ver figura 1).

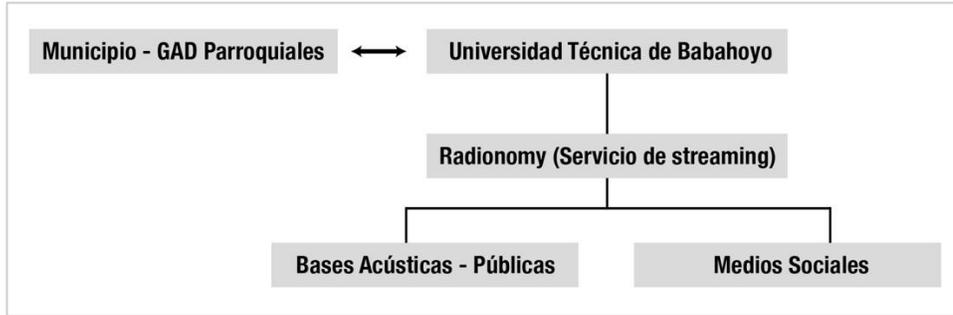


Figura 1: Diagrama de flujo de la estructura comunicativa de la radio.

Por otra parte, para el desarrollo profesional y socio-económico de las poblaciones rurales, a través de la implementación de una radio comunitaria vía streaming; es necesario establecer convenios o vínculos cooperativos entre los actores participantes. Situando como actores externos a los Gobiernos Autónomos Descentralizados y Municipio, y actores internos a los estudiantes y docentes de la Universidad.

Los beneficiarios directos son los estudiantes de la carrera de comunicación social, los actores externos (instituciones gubernamentales) y los residentes de los cantones. De forma indirecta los negocios locales también son beneficiados, debido al espacio publicitario al que podrían acceder mediante la radio on-line comunitaria. Además, diferentes facultades y carreras de la universidad que deseen compartir sus conocimientos mediante un programa radial también pueden ser participes de propuestas y contenidos.

**Horarios y Planificación de contenidos:**

Los horarios de emisión de la radio serían matutino y vespertino, considerando que los presentadores, coordinadores y productores son estudiantes y docentes de la carrera de comunicación. Los proyectos de contenidos para los programas principalmente deben ser propuestos por los estudiantes que cursen las materias de radio. Sin embargo, se dispone de espacio para carreras que deseen colaborar académicamente con conocimientos que impulsen el desarrollo social.

Todos los programas radiales deben ser aprobados por la Universidad Técnica de Babahoyo antes de ser transmitidos. El tiempo asignado a cada uno dependerá de la cantidad de contenido y género radiofónico seleccionado. Los Gads y/o Municipios tendrán un espacio en horario de alta demanda para la transmisión de anuncios,

noticias y demás información de índole comunicativa para la sociedad.

La escaleta y/o guiones deben ser elaborados por los alumnos y docentes creadores de cada programa. La parrilla semanal estará a cargo del coordinador o persona responsable del funcionamiento de la radio online. Adicional, el coordinador debe mantener un flujo comunicativo directo entre los actores externos y la Universidad. Diseño Funcional de la radio vía streaming

Para su correcta organización, las funciones de cada grupo participante deben ser claras y concisas, dando paso a una continua retroalimentación que favorezca y beneficie a los dos actores involucrados.

GADS o Municipio: serán los encargados de enviar información oficial relacionada a su jurisdicción como nuevas normativas, noticias de ultima hora, anuncios importantes etc. Publicidad de índole político o que genere conflicto social no deben ser consideradas por las entidades gubernamentales. En todo momento se deben acoger a la ética profesional de los representantes y al objetivo principal del medio. También, serán los facilitadores de los espacios acústicos públicos.

Universidad Técnica de Babahoyo: prestará el equipo humano – profesional para el desarrollo y emisión de la programación, manejo técnico e instalaciones del estudio radial. La supervisión y ejecución estará a cargo de la carrera de comunicación social y estudiantes juntamente con profesores serán los generadores de contenidos. Además, deberán vincular las materias semestrales con proyectos radiofónicos. Todo proyecto debe ser aprobado por el departamento de comunicación de la Universidad y el actor externo (de ser necesario), previo a su lanzamiento.

La radio es comunitaria por ello los programas y géneros a utilizarse deben vincularse a los objetivos y líneas de investigación de la Universidad – carreras y a los objetivos del plan de Desarrollo Nacional “Toda una vida”.

Eje 1: Ob. 1; garantizar una vida digna con iguales de oportunidades para todas las personas. Ob.2; Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad revalorizando las identidades diversas. Eje 3, objetivo 7; incentivar una sociedad participativa, con un estado cercano al servicio de la ciudadanía (Senplades, 2017, pag. 47). Considerando que el compromiso social de la academia e investigadores es recuperar la historia y la identidad de los pueblos por medio de la transferencia de conocimientos, esta una manera de devolverle a la dignidad a las comunidades autóctonas de la región (citando por Graciela Martínez a Fals Borda, 2019).

#### Transmisión de Señal de Radio Vía Streaming

La señal de la radio como se menciona al inicio es vía streaming o también conocido como transmisión por secuencias. Para Fundéu BBVA (2013) el término se refiere a la emisión o transmisión en vivo y en directo, pues consiste en el envío y recepción

ininterrumpida del flujo de datos, aunque también pueden ser pregrabados.

Los oyentes se deben conectar al servidor de streaming a través de un enlace otorgado por el servicio que se contrate. Generalmente la mayoría de los servicios de streaming cuentan con un panel de control para la radio, estadísticas de oyentes en tiempo real, monitoreo 24/7 del sistema (on/off line) y códigos de embebido para las paginas o redes sociales.

Referente a los precios, estos pueden variar acorde a las necesidades de cada institución, existen desde licencias gratuitas por un periodo de tiempo y limite de oyentes hasta planes mensuales con ilimitados usuarios conectados al mismo tiempo. Como plan piloto la licencia gratuita por un mes sería la vía más adecuada.

## RESULTADOS

Con la evolución de los medios tradicionales debido a internet, obligan a que las empresas e instituciones públicas incorporen a su fuerza de trabajo profesionales preparados para afrontar los retos y nuevas tendencias de consumo (Bolea & Ferrando, 2013). Los profesionales deben tener conocimiento de nuevas formas de navegación y estar continuamente innovando. Así como, las entidades públicas y privadas deben responder a las necesidades de la sociedad sin olvidar o relegar a los sectores vulnerables.

Las dos problemáticas serían resueltas con la ejecución de proyectos integrales como el retorno de radios comunitarias que envíen señales digitales y puedan ser redireccionadas a bases acústicas públicas. Como lo sostiene Salgado (2010) la radio, se apoya en Internet para distribuir contenidos específicos y producir emisiones alternativas.

Por otra parte, también a futuro podría tener retribuciones económicas y convertirse en un proyecto sustentable que genere ingresos adicionales para la Universidad; de esta forma invertir en nuevos laboratorios radiofónicos con proyecciones televisivas. Para ello la participación del sector comercial sería un punto clave. Brindar pequeñas cuñas publicitarias a través de la radio y además spots o menciones en los medios sociales por valores muchos menores que un medio comercial ofrece, es una forma de contribuir y reactivar la economía local.

Considerando como resultados adicionales la monetización futura, se muestra una tabla de presupuesto para estudio radial (ver tabla 1). Cabe recalcar que el estudio pertenece a la Universidad Técnica de Babahoyo, por lo tanto, es un rubro que no se debe contemplar dentro de los gastos futuros, ya que dichas instalaciones servirían para la creación de contenidos y emisión de la señal.

### Estudio de radio

Cantidad	Equipo	Valor unitario	Valor total
4	Altavoces "Opera 10 #370	\$300.00	\$ 1.200.00
1	Consola	\$170.00	\$ 170.00
6	Micrófonos	\$ 40.00	\$ 240.00
1	Ordenador "lenovo ideapad 320"	\$ 630.00	\$ 630.00
6	Contenedores de cañón XLR	\$ 15	\$ 90.00
	Routers tp link 6 vias	\$60	
1	cuarto insonorizado 4*6	\$ 3000	\$ 3.000.00
1	Mesa	\$ 150	\$ 150.00
6	Pedestales de mesa	\$ 20	\$ 120.00
2	Monitores de estudio	\$ 500	\$ 1.000.00
1	Distribuidor de audífonos	\$ 500	\$ 500.00
7	Audífonos de radio	\$ 70	\$ 490.00
			\$ 7.590.00

Tabla 1: Presupuesto para la creación de un estudio radial

Los valores por señal streaming inicialmente serian de cero costos, pero posteriormente se debe analizar la compra del espacio digital, la tabla siguiente muestra los planes y valores posibles (ver tabla 2).

PLATAFORMA	PRECIOS DE PLANES MENSUALES POR PLATAFORMAS			USUARIOS
	FREE	BASIC	PREMIUM	
Radionomy / Shoutcast	***	***	14.99	240 millones
Brlogic	***	***	20	70 millones
Spotify for podcasters	Gratis	6.99	9.99	299 millones
Deezer	Gratis	5.99	8,99	56 millones
Google podcast	Gratis	7.00	9.99	250 millones

Tabla 2: Planes tarifarios de las diferentes señales streaming

Dentro de los beneficios futuros por publicidad, se deben establecer costo por espacio al aire y posteo en redes. Tentativamente, en términos de ganancias económicas una vez que la radio se haya posicionado en la comunidad, serían los siguientes (ver tabla 3):

PLANES	MENCION DIARIA EN RADIO	POST SEMANAL EN REDES SOCIALES	PRECIOS
Plan basico	3	1	50
Plan intermedio	5	3	75
Plan premium	8	5	100

Tabla 3: Propuesta de planes por espacio publicitario

Los resultados serán medidos por el nivel de aceptación del proyecto en redes sociales, actualmente existen plataformas que brindan información estadística del engagement de social medias, lo que sería una gran ventaja y optimización de tiempo.

El proyecto es pionero en vincular a los actores externos y Universidad Técnica con el fin de generar crecimiento y fortalecimiento socio - económico de su comunidad a través de una radio vía streaming. Como resultado final; las fuentes de prácticas pre- profesionales para los estudiantes aumentarían, fortaleciendo sus habilidades técnicas, permitiendo la oportunidad o facilidad de incluirse en el medio laboral después de graduarse. Los espacios publicitarios ayudarían al posicionamiento de los negocios y la comunidad tendría acceso a la información local directamente de la fuente primaria, ya sea desde dispositivos electrónicos o por medio de las bases acústicas públicas. Discusión

El internet y su amplificación en velocidad de descarga representó un cambio significativo en el modo de transmisión de la radio, y como consecuencia propició el nacimiento de estaciones netamente digitales. Para Geannella Betancourt (2019) “La radio online también es conocida como iRadio, Smart Radio o Streamcasting de audio. Y consiste en la exhibición de contenido auditivo dotado de las características propias del medio radiofónico, guion y lenguaje” (p.103). Ya sean de carácter privado - comercial o social - comunitaria, ambas deben estar constituidas acorde a los requerimientos nacionales.

Las radios comunitarias se encuentran tipificadas dentro de la Ley Orgánica de Comunicación pese a que son consideradas sin fines de lucro su financiamiento puede darse de varias maneras, así lo dicta el Artículo 87.

Art. 87.- Financiamiento. - Los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales, venta de publicidad, donaciones, fondos de cooperación nacional e internacional, patrocinios y cualquier otra forma lícita de obtener ingresos. (p. 16)

En resumen, el espacio publicitario dentro de la radio puede ser implementado sin tener conflictos legales futuros. Por otra parte, Carrión (2007), menciona que, las radios comunitarias

ayudan al empoderamiento de las comunidades. Por ello, considerarlo como parte del progreso social y vínculo académico para cortar la brecha de desigualdades, es una gran ventaja diferencial.

Si bien, la sociedad considera muchas veces que los jóvenes en la actualidad ya no muestran mucho interés en la radio, debido a la amplia oferta de programación de los diferentes medios de comunicación tradicional y nueva tecnología (Delgado, 2019, pag.69). Existen algunos aspectos sociales como: cultura colectiva, longevidad y conectividad o acceso a tecnologías, que limitan la capacidad de los integrantes de comunidades vulnerables a sumergirse en la nueva era. Es ahí, en donde la radio sigue como eje fundamental de comunicación.

Es innegable que los desafíos modernos ponen en jaque la fidelidad de los oyentes y más aun la inserción de nuevos. Los “nativos digitales”, termino adoptado por Marc Prensky (citado por Gabelas Barroso, 2010) son ahora prosumidores; es decir, creadores de contenidos y sobre todo participantes activos. Tal como lo menciona Delgado (2019), este nuevo target, demanda una programación de radio más dinámica e interactiva, sin olvidar su aporte a la educación y orientación positiva de los jóvenes. Frente a este panorama Gabelas Barroso (2010) sostiene lo siguiente:

Las audiencias han cambiado, también el sistema de exhibición, difusión y distribución de información/entretenimiento, el acceso a la producción, así como los lenguajes. Estos nuevos escenarios presentan un potente público objetivo que son los jóvenes, porque se adaptan con facilidad a los cambios, porque disponen de un importante poder adquisitivo, porque están integrados en un entorno multipantallas convertido en panel de exhibición, distribución, producción de narraciones. (p. 205)

Por otro lado, en el 2013 la educomunicación tuvo su apogeo, cuando entró en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación y su Reglamento en el Ecuador. Pero con el brote del virus Covid19 que relegó a la sociedad a un confinamiento total a inicios del año 2020, el despliegue tecnológico social-educativo creció a grandes pasos, olvidando en el camino a muchos quienes no contaban con los recursos necesarios para afrontar el nuevo reto, en términos educativos, tecnológicos y comunicativos.

Las dos problemáticas establecidas en el proyecto serían resueltas con su implementación: Una referente a las prácticas pre-profesionales de los estudiantes y otra al acceso de información local. Como es de conocimiento general, en la ciudad de Babahoyo existen pocos medios de comunicación, convirtiéndose en una gran dificultad para los estudiantes que están próximos a realizar sus prácticas pre-profesionales y deben muchas veces optar por ingresar a otras instituciones o esperar mucho tiempo para acceder a un medio tradicional y desarrollarse en un ambiente laboral más cercano a su perfil de egreso.

Por otro lado, una gran cantidad de negocios dentro de la ciudad de Babahoyo no recurren a la publicidad radial o televisiva por su alto costo, y al ser una ciudad pequeña los ingresos

generados no compensarían los costos publicitarios emitidos por canales de comunicación tradicional. Además, las comunidades rurales quienes aun tienen dificultades de conexión a internet podrían ayudarse a través de este medio emergente. Conclusiones

Las medidas adoptadas por la emergencia sanitaria destaparon las brechas comunicacionales que enfrentaban las comunidades periféricas. Además, mostró la escasa accesibilidad y dificultades para acceder a la información local que los no-nativos digitales enfrentan. La creación de un espacio radial vía streaming que potencie las habilidades profesionales de los estudiantes de la Carrera de Comunicación sería una forma de contribución al desarrollo social - económico.

Mirando hacia el futuro, el proyecto podría generar ingresos económicos para la adecuación de nuevos laboratorios de producción Audiovisual de la Universidad, mediante la oferta de espacios publicitarios al sector comercial. Los mismo que serían creados por estudiantes. Además, el prestigio y nombre de la universidad crecería a nivel provincial y nacional.

Los acuerdos de cooperación inter-institucional entre entidades gubernamentales y universidad para la transmisión de la señal radial a nivel público es de vital importancia. Además, la adecuación de nuevas bases emisoras de señal radial vía streaming en espacios comunitarios aumentaría el número de oyentes.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aparici (Coord.), Educomunicación: Más allá del 2.0 (pp. 205-223). Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.
- Asamblea Nacional (25 de junio de 2013). Ley Orgánica de Comunicación. Ley Orgánica de Comunicación. Quito: Registro Oficial.
- Betancourt, G. (2019) La radio en la pantalla. La brújula sonora, 89.
- Brito, A. G. (2019) Procedimientos regulatorios de radiodifusión en Ecuador. La brújula sonora, 17.
- Bolea, A., & Ferrando, P. (2013). Oportunidades y desafíos de la radio en la era digital. Ed adComunica, revista científica de estrategias tendencias e innovación en comunicación, 19-22.
- Carrión, H. (2007). Estudio radios comunitarias. Situación en el Ecuador. Enero 2007. Quito: Infodesarrollo.
- Fundeu BBVA. (2013). «en directo» y «en continuo», alternativas a «streaming». Obtenido de <http://www.fundeu.es/recomendacion/en-directo-y-encontinuo-alternativas-a-streaming/>
- Gabelas, J.A. (2010). Escenarios virtuales, cultura juvenil y educomunicación 2.0. En R. Aparici (Coord.), Educomunicación: Más allá del 2.0 (pp. 205-223). Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.
- López Suárez, P. J. (2019). Radio ON-LINE Caso Ecuador Inmediato Radio: Quito (Bachelor's thesis, Quito: UCE).

- López, W. D. (2019) Hábitos de uso y consumo de radio de los jóvenes ecuatorianos. La brújula sonora, 69.
- Martínez Matías. Graciela (2019). La brújula sonora, 69.
- Ortiz, M., & López, N. (2012). Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos. Madrid: Editorial Fragua.
- Salgado, C. (2010). Presencia innovación y estrategias de producción de los podcasting en la radio pública y privada a través de su convergencia multimedia (1ª ed.). Zamora, España : Comunicación Social.
- Universidad Politécnica Salesiana. (2019). Radio transmedia: una mirada de su evolución en Ecuador. La brújula sonora. La radiodifusión ecuatoriana en el siglo XXI, 238.
- P. N. (2017). Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Obtenido de Senplades: [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)