

Artículos

Radio Universidad, 100.7 FM. Caracterización de la audiencia radiofónica de la Universidad Nacional de Pilar, Paraguay

University Radio, 100.7 FM. An analysis of the university audience of the National University of Pilar, Paraguay

Rádio Universitária, 100,7 FM. Uma análise do público universitário da Universidade Nacional do Pilar, Paraguay



 **María Lourdes Villalba Benítez**
Universidad Nacional de Pilar, Paraguay
marialourdesvillalba83@gmail.com

 **Marcos Daniel Ramírez Alarcón**
Universidad Nacional de Pilar, Paraguay
marcosdanielj23@gmail.com

 **Tania Inocencia Rivero Montiel**
Universidad Nacional de Pilar, Paraguay
taniariveros2007@gmail.com

RevCom

núm. 16, e085 2024
Universidad Nacional de La Plata, Argentina
ISSN: 2451-7836
Periodicidad: Frecuencia continua
redcom.revcom@gmail.com

Recepción: 23 Julio 2023
Aprobación: 25 Noviembre 2023
Publicación: 03 Junio 2024

DOI: <https://doi.org/10.24215/24517836e085>

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/203/2034960001/>

Resumen: El presente trabajo tiene como principal objetivo identificar las características de la audiencia radiofónica universitaria de Radio Universidad. Es una investigación de enfoque cuantitativo, de diseño tipo descriptivo, la población estuvo constituida por miembros de la comunidad educativa de la Universidad Nacional de Pilar, la selección de la muestra se realizó por muestreo intencional. Entre los resultados se destacan que la mayoría de la audiencia son de sexo femenino, si bien tienen preferencia de frecuencia de escuchar la 100.7 también escuchan otras emisoras, el horario de escucha es la mañana y la tarde, la mayoría tienen noción de existencia de la radio en la UNP. Surgen planteamientos que podrían ayudar a definir acciones de intervención, en la programación del medio.

Palabras clave: radio, Universidad, audiencia, emisora, frecuencia.

Abstract: The main objective of the work entitled university radio audience analysis, 100.7 FM at the National University of Pilar is to identify the characteristics of the university radio audience of Radio Universidad. The population was constituted by members of the educational community of the National University of Pilar, the selection of the sample was carried out by intentional sampling. Among the results, it stands out that the majority of the audience is female, although they have a preference for the frequency of listening to 100.7, they also listen to other stations, listening hours are in the morning and afternoon, most have a notion of the existence of 100. radio at UNP.

Keywords: radio, University, audience, station, frequency.

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo principal identificar as características da audiência radiofônica

universitária da Rádio Universidade. É uma pesquisa com abordagem quantitativa, desenho descritivo, a população foi composta por membros da comunidade educativa da Universidade Nacional de Pilar, a seleção da amostra foi realizada por amostragem intencional. Entre os resultados, destaca-se que a maioria da audiência é feminina, embora tenham preferência pela frequência de escuta 100.7, também ouvem outras emissoras, os horários de escuta são pela manhã e tarde, a maioria tem noção da existência da rádio na UNP. Surgem questões que poderão ajudar a definir ações de intervenção, na programação do meio.

Palavras-chave: rádio, Universidade, audiência, estação, frequência.

INTRODUCCIÓN

LA RADIO Y SU EVOLUCIÓN

El origen de la radio, para Chávez Ortiz (2012), fue el resultado de los trabajos de científicos en diferentes partes del mundo, quienes dedicaron años al estudio de los fenómenos de comunicación electromagnética. El descubrimiento de la radiodifusión y su rápido crecimiento indican que la comunidad científica, antes de 1914, ya había establecido una sólida estructura de intercambio de información necesaria para el avance del progreso.

“Muchos de los adelantos en materia de radio se debieron también a las necesidades de la Primera Guerra Mundial y a la imperiosa urgencia de comunicarse a largas distancias” (Chávez Ortiz, 2012, p. 121). El transistor revolucionó la forma en que se recibían los mensajes radiofónicos, permitiendo que no solo los miembros de la familia, sino también los compañeros de trabajo en la fábrica y los amigos en lugares como la playa, la montaña e incluso en largas caminatas para hacer ejercicio, pudieran disfrutar de ellos (Prieto de Ramos & Durante Rincón, 2007). “López Vigil afirma que, con los transistores y las pequeñas baterías secas, la radio cortó el fastidioso cordón umbilical que la ataba desde su nacimiento a la toma de corriente alterna” (Prieto de Ramos & Durante Rincón, 2007, p. 317).

En este contexto, “según Prieto (2001), la llegada de la frecuencia modulada (FM) fue un factor determinante en el crecimiento de la radio comercial tanto en Estados Unidos como en numerosos países de América Latina” (Prieto de Ramos & Durante Rincón, 2007, p. 319). A su vez, “sostiene que uno de los medios de comunicación que nació pensando en ser un instrumento de difusión de las ideas sin límites de espacio ha sido la radio”, y agrega que “las emisiones en onda corta así lo prueban antes que existieran los satélites” (Fernández Bogado, 2004, citado en Prieto de Ramos & Durante Rincón, 2007, p. 316).

LA RADIOFONÍA EN PARAGUAY

Los primeros experimentos de transmisión radiofónica en Paraguay se llevaron a cabo en 1922.

Dentro de los pioneros de la Radiofonía Paraguaya figuran los señores Alfonso Sá, Ernesto Stricker, Salvador Guanes y Zacarías León Sotelo. Los señores Stricker y Sá fueron los responsables de las primeras transmisiones de onda corta entre San Bernardino y Asunción, difundiendo música y noticias (Radio CXZ-27). A partir de 1924, se instalaron otros transmisores similares en Villarrica, San Pedro, Nueva Germania y Encarnación.

Los inicios de la radio en el Paraguay se dan de una manera bastante rápida, ya que la radiodifusión, a poco tiempo de su descubrimiento, se incorporó en el país con las ideas liberales que en Europa prevalectan. Se realizó a través del entonces presidente constitucional, Eligio Ayala. Los primeros pasos se dan especialmente en relación con la preparación de la Guerra del Chaco, como un instrumento para la defensa de la soberanía.

A partir de la década del 30 las estaciones de radio y los aparatos receptores fueron aumentando en número. Surgen emisoras como Radiovía en 1931 y ZP 9 Radio Prieto en 1932. Las radios de esta década juegan un papel muy importante en la Contienda del Chaco. Transmiten también ZP4 Radio Nacional y ZP6 Radio La Nación. En el Interior también se crean emisoras, como ZP15 La Voz del Norte en Concepción, y ZP3 Radio Bouquet de Encarnación (Emisoras de Paraguay, 2023, párr. 4-6).

En 1995, mediante la Ley 642 de Telecomunicaciones, se creó la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), entidad autárquica con personería jurídica, cuya misión es el “fomento, control y reglamentación de las Telecomunicaciones Nacionales, en el marco de una política integrada de servicios, prestadores, usuarios, tecnología e industria, para contribuir al bienestar de los habitantes del Paraguay” (Ley 642, 1995).

LAS RADIOS COMUNITARIAS

En América Latina, las radios comunitarias surgieron a mediados de la década de 1980, en un contexto de avances democráticos, y de luchas contra dictaduras y regímenes represivos, tanto en América Latina como en otros lugares del mundo (Tufte, 2011, citado en Paiz Malespín, 2016).

La existencia de las radios comunitarias en el Paraguay data de finales de la dictadura (1989) como los principales medios de comunicación de los grupos populares organizados (Emisoras de Paraguay, 2023). Sin embargo, es recién con la ley 642 de telecomunicaciones que se incluye a las radios comunitarias, educativas, asociativas y ciudadanas cuyas denominaciones serían designadas por el límite de su potencia efectiva radiada como pequeña cobertura hasta 50 (cincuenta) Watts y de mediana cobertura hasta 300 (trescientos) Watts (Ley 642, 1995).

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias define el concepto de Radios Comunitarias a partir de la pregunta: ¿qué hace que una estación de radio sea comunitaria?, con la que responde: “Es una Radio Comunitaria, rural cooperativa, participativa, libre, alternativa, popular, educativa, musical, militante, musicales y militantes En áreas rurales, como en el corazón de las ciudades más grandes del mundo” (Paiz Malespín, 2016, p. 96).

Según Paiz Malespín (2016), se consideran radios comunitarias a todas, excepto las comerciales y las estatales, estas últimas identificadas como las afines al gobierno. Para Geerts y Van (2001, citado en Paiz Malespín, 2016), “una radio se hace comunitaria cuando se entrega a la comunidad, cuando atiende sus gustos y necesidades” (p. 101).

RADIO UNIVERSIDAD. ANTECEDENTES

El 19 de agosto de 2011, CONATEL autorizaba el funcionamiento de Radio Universidad, según Res. 1.253, bajo la frecuencia 100.7 FM y con una frecuencia radiada de 50 (cincuenta) Watts. Inicialmente, se realizaron transmisiones experimentales en la frecuencia 90.7 FM. Tanto la torre como los equipos fueron instalados en una sala de la Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales. Después de un tiempo, se trasladaron a una de las salas de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, y finalmente se establecieron en su ubicación actual (Universidad Nacional de Pilar, 2023).

El desafío de contar con una radio emisora fue uno de los objetivos primarios del actual Rector Víctor Ríos, del Vicerrector Adolfo Villasboa y tuvo el eco favorable en los Directores del entonces Programa de Investigación y Extensión Universitaria (PRIEXU), el MSc. Ever Villalba y la Lic. Lourdes Coronel, quienes habían respondido a la iniciativa de las autoridades de la Universidad Nacional de Pilar (Universidad Nacional de Pilar, 2023, párr. 2).

Radio Universidad 100.7 FM se constituye en un medio que tiende a la vinculación de la universidad con la comunidad y que tiene como misión

La comunicación institucional: divulgar las acciones y logros académicos de la UNP.

La promoción de la cultura: rescatar y promocionar la cultura, el arte, el saber popular, el deporte, las expresiones artísticas, eruditas y populares.

El compromiso social: identificar y publicar las acciones de compromiso social de la UNP en temas de interés comunitario.

El fortalecimiento interno: optimizar los recursos disponibles e incorporar nuevas tecnologías comunicacionales (Universidad Nacional de Pilar, s.f)

Radio Universidad centra su interés en temas como los derechos humanos, los derechos de la mujer, los derechos de los niños, la tercera edad, la problemática ambiental, etc., así como en el desarrollo de programas orientados a un mejor y mayor conocimiento de cada uno de esos temas (Universidad Nacional de Pilar, 2023).

A más de diez años de su habilitación y hasta la actualidad, Radio Universidad 100.7 FM dependiente de la UNP no ha contado con un estudio que permita conocer la audiencia conformada por actores de la misma institución. En ese sentido, este proyecto buscó identificar las características de la audiencia radiofónica universitaria de Radio Universidad.

LA AUDIENCIA RADIOFÓNICA. CARACTERÍSTICAS

Para conocer la audiencia que escucha Radio Universidad es importante tener claro a qué nos referimos cuando hablamos de la audiencia de un medio de comunicación. En tal sentido, Mata (1994) reconoce a la audiencia como “un modo de designar un conjunto de seres concretos a los que se les reconoce o atribuye una característica común” (p. 10). Para la autora, la audiencia puede describirse como un conjunto de personas que se agrupa a distancia, ya que los oyentes de la radio forman un grupo de personas que, sin conocerse entre

sí, comparten y participan en experiencias, eventos y actividades que ocurren fuera de su entorno diario: “A nivel sociológico clásico, la audiencia de la radio –y lo mismo ocurre en el caso de la televisión– es un término equivalente al de público y designa a una masa de individuos” (Mata, 1994, p. 10). Esta masa de la que nos habla la autora se refiere a la presencia de múltiples audiencias y a las diversas facetas que la conforman.

De acuerdo con López (1997), es posible encontrarse con una “audiencia potencial: la que podría escuchar nuestra programación aquí y ahora, [y una] audiencia real: la cantidad de personas que están oyendo la radio en el momento en que se realiza la medición” (p. 295).

Respecto a la apropiación del medio:

(Galarza, 2003 como se citó en Durante Rincón, Pineda de Alcázar & Prieto de Ramos, 2005) aclara que los que hacen suya la comunicación radiofónica en su contacto diario, de acuerdo al formato que se les presente, es decir si es “radio-servicio”, “radio compañía”, “radio-ritmo”, “radio-ambiente musical” o “radio-información”, siempre a través de un idioma propio, el lenguaje radiofónico, que está muy próximo al diálogo cara a cara y al lenguaje coloquial no escrito (p. 288).

Conocer el perfil de una audiencia radiofónica se convierte “en un modo de comprender quiénes son esas personas y el papel que la radio juega en relación con las distintas facetas y aspectos de la vida de estos personajes” (Mata citado en Álvarez Orozco, 2016, p. 50).

METODOLOGÍA

La presente es una investigación de enfoque cuantitativo y diseño tipo descriptivo, cuyo principal objetivo es identificar las características de la audiencia radiofónica universitaria de Radio UNP. La población sobre la que se realizó el estudio estuvo constituida por miembros de la comunidad educativa de la UNP y la selección de la muestra se realizó por muestreo intencional.

El relevamiento de la información se realizó a partir de consultas a fuentes primarias y secundarias, mediante la revisión de materiales bibliográficos e institucionales y a través de la realización de encuestas. Para esto último, se utilizó un cuestionario digital por Google Forms, dividido en secciones, aplicado durante los meses de junio y julio de 2022.

Las principales variables investigadas en la encuesta son: sexo y rango de edad de los/as radioescuchas, preferencia de frecuencias de escucha radial, conocimiento/desconocimiento sobre la existencia de la radio y sobre la frecuencia de la radio UNP, dispositivos de transmisión utilizados por la radio, rango, días y franja horaria de escucha, intereses del oyente, tipo de información recibida, preferencia musical, nivel de acceso a la emisora, participación en la radio, interés de participación, tipo de programa a participar, motivos del desinterés, sugerencias y opiniones de los oyentes.

Los datos obtenidos a través de la aplicación de la encuesta fueron estudiados por medio del análisis estadístico, tabulación de datos y presentación por medio de gráficos y tablas.

RESULTADOS

PERFIL DEMOGRÁFICO DE LOS/AS ENCUESTADOS/AS

El universo de estudio estuvo comprendido por 287 personas, pertenecientes a la comunidad educativa de la Universidad Nacional de Pilar. Con el 48 %, el rango etario de 18 a 28 años ha sido el grupo de mayor participación [Tabla 1].

Tabla 1
Distribución por sexo y rango de edad de los/as encuestados/as

SEXO/RANGO DE EDAD	18-28 años	29-39 años	40-50 años	51 y más	TOTAL
Femenino	94	42	35	11	182
Masculino	45	29	13	18	105
TOTAL	139	71	48	29	287
Porcentaje	48%	25%	17%	10%	100%

Fuente: elaboración propia con base en resultados de la encuesta aplicada a miembros de la comunidad universitaria de la UNP durante los meses de junio y julio de 2022

CARACTERÍSTICAS DE LOS/AS RADIOESCUCHAS

Los resultados exponen que 69 % del total de participantes escuchan radio; de estos, 66 % son mujeres y 34 % hombres. En el caso de la audiencia femenina, el rango principal de radioescuchas se ubica en la franja etaria de 18 a 28 años (42,3 %) [Tabla 2].

Tabla 2
Distribución por sexo y rango de edad de los/as radioescuchas

SEXO/RANGO DE EDAD	¿Escuchas la radio?	18-28 años	29-39 años	40-50 años	51 y más	TOTAL GENERAL
Femenino	No	39	5	5	3	52
	Sí	55	37	30	8	130
TOTAL		94	42	35	11	182
Masculino	No	22	6	5	4	37
	Sí	23	23	8	14	68
TOTAL		45	29	13	18	105

Fuente: elaboración propia con base en resultados de la encuesta aplicada a miembros de la comunidad universitaria de la UNP durante los meses de junio y julio de 2022

FRECUENCIA RADIAL DE ESCUCHA

Al solicitar a los/as participantes que indicaran las frecuencias radiales sintonizadas, teniendo la posibilidad de seleccionar varias opciones, se obtuvo que 42 % escucha la frecuencia 100.7 FM. De este total, el 31 % solo escucha ese dial (61 % oyentes femeninas y 39 % oyentes masculinos), en tanto que el 64 % escucha, además, otras frecuencias en orden de preferencia que se describe a continuación [Tabla 3]:

Tabla 3
Orden de preferencia en las frecuencias sintonizadas

Emisora	Porcentaje
100.7 FM	42,9
94.9 FM	38,9
104.7 FM	34,3
98.1 FM	21,2
91.9 FM	13,6
106.9 FM	12,1
700 AM	11,6
104.1 FM	8,6
Otros	4,5

Fuente: elaboración propia con base en resultados de la encuesta aplicada a miembros de la comunidad universitaria de la UNP durante los meses de junio y julio de 2022

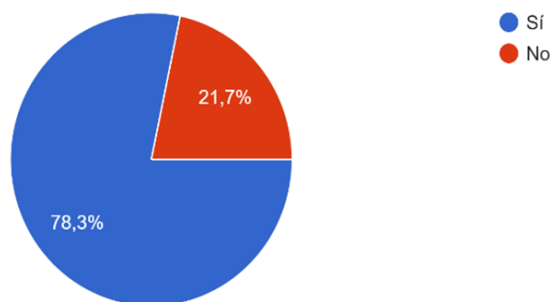
Se detecta como hábito de consumo una audiencia que se identifica con la 100.7 FM, aunque optan por hacer cambios de frecuencias de acuerdo con sus gustos y preferencias. Se entiende por hábito, “la frecuencia con que las audiencias construyen una costumbre cotidiana de escucha radiofónica, a partir de los gustos y preferencias respecto a la propuesta programática que posee” (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, 2010, citado en Portugal & Dávila, 2019, p. 288).

Sobre el periodo de escucha, este se produce 54 % en la mañana, 14 % en la tarde y 22 % en la mañana y la tarde.

CONOCIMIENTO SOBRE RADIO UNIVERSIDAD NACIONAL DE PILAR

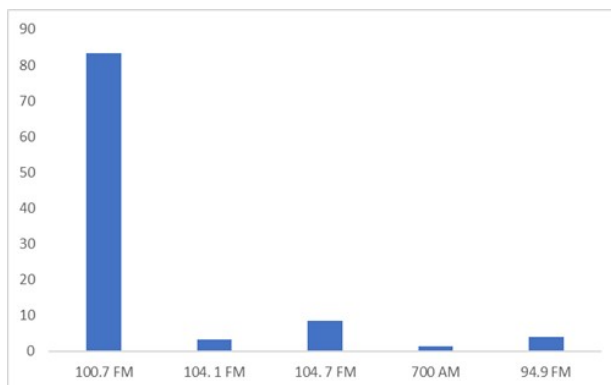
Al indagar sobre el conocimiento acerca de la existencia de la radio dentro de la estructura organizativa de la UNP y respecto de la frecuencia en la que opera, se obtuvo que el 78,3 % de los/as participantes conoce la existencia de la radio [Gráfico 1]. De estos últimos, el 83 % señaló la correspondencia a la 100.7 FM, mientras que el 17 % indicó frecuencias distintas [Gráfico 2].

Gráfico 1
Participantes que conocen Radio UNP



Fuente: elaboración propia con base en resultados de la encuesta aplicada a miembros de la comunidad universitaria de la UNP durante los meses de junio y julio de 2022

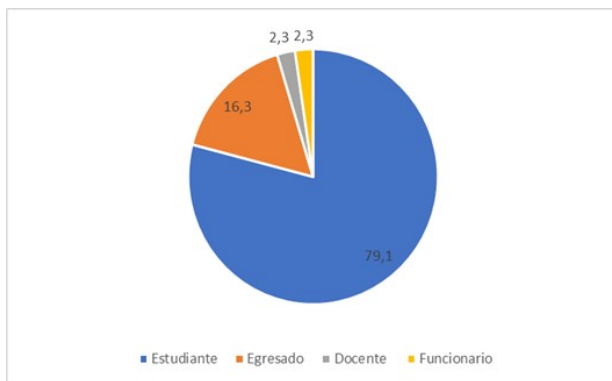
Gráfico 2
Dial indicado como frecuencia de Radio UNP



Fuente: elaboración propia con base en resultados de la encuesta aplicada a miembros de la comunidad universitaria de la UNP durante los meses de junio y julio de 2022

El 21,7 % que señaló desconocer que la UNP cuenta con una radio emisora está constituido en un mayor porcentaje por estudiantes [Gráfico 3].

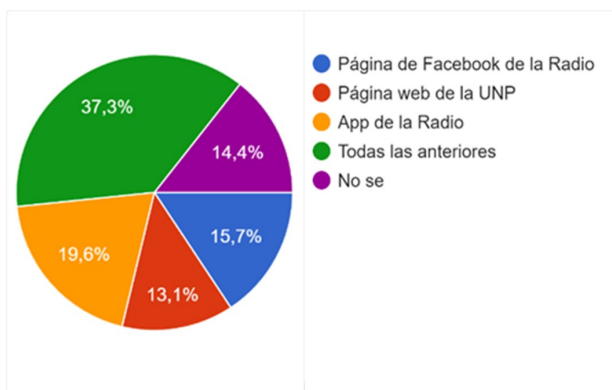
Gráfico 3
Población que desconoce Radio UNP



Fuente: elaboración propia con base en resultados de la encuesta aplicada a miembros de la comunidad universitaria de la UNP durante los meses de junio y julio de 2022

El estudio evidencia que el 37% de los/as participantes consultados/as reconoce que Radio UNP puede ser escuchada desde sus diferentes plataformas en línea (página de Facebook de la radio, página web de la UNP, App de la radio). En tanto, un 14,4 % señala que desconoce la posibilidad de que la radio pueda ser emitida por medio de este tipo de plataformas [Gráfico 4].

Gráfico 4
Conocimiento de plataformas en línea para Radio UNP



Fuente: elaboración propia con base en resultados de la encuesta aplicada a miembros de la comunidad universitaria de la UNP durante los meses de junio y julio de 2022

GUSTOS Y PREFERENCIAS

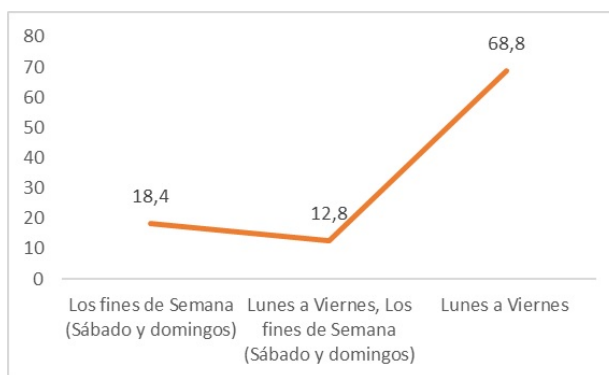
El 84 % de los/as universitarios/as que escucha la 100.7 FM lo hace por la mañana [Gráfico 5], de lunes a viernes en un 68,8 % [Gráfico 6] y la una franja horaria de 9 a 12 horas [Gráfico 7].

Gráfico 5
Rango del día que escuchan Radio UNP



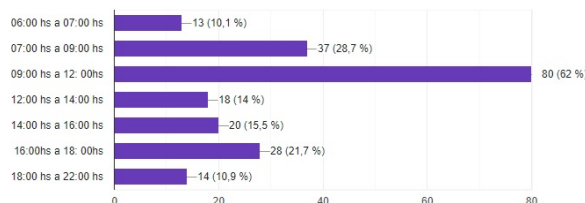
Fuente: elaboración propia con base en resultados de la encuesta aplicada a miembros de la comunidad universitaria de la UNP durante los meses de junio y julio de 2022

Gráfico 6
Días que escuchan Radio UNP



Fuente: elaboración propia con base en resultados de la encuesta aplicada a miembros de la comunidad universitaria de la UNP durante los meses de junio y julio de 2022

Gráfico 7
Franja horaria en la que escuchan Radio UNP

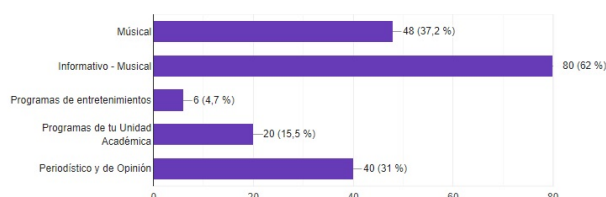


Fuente: elaboración propia con base en resultados de la encuesta aplicada a miembros de la comunidad universitaria de la UNP durante los meses de junio y julio de 2022

Los motivos por los cuales la audiencia elige un medio de comunicación radial, se relaciona con su “afinidad con la programación, con el (la) locutor(a) o con los horarios, entre varias posibilidades similares. Es la inclinación favorable o predilección hacia una producción radiofónica por su contenido: musical, informativo, educativo, de entretenimiento o variedad” (Castell, 1981, citado en Portugal & Dávila, 2019, p. 289).

Al consultarles sobre el tipo de programas que escuchan, los participantes manifestaron que eligen, con mayor frecuencia, los programas “Informativo-Musical” (62 %), seguidos por “Musical” (37,2 %), “Periodístico y de opinión” (31 %), “Programa de su unidad académica” (15,5 %) y “Programas de entretenimiento” (4,7 %) [Gráfico 8].

Gráfico 8
Tipo de programa que escuchan en Radio UNP

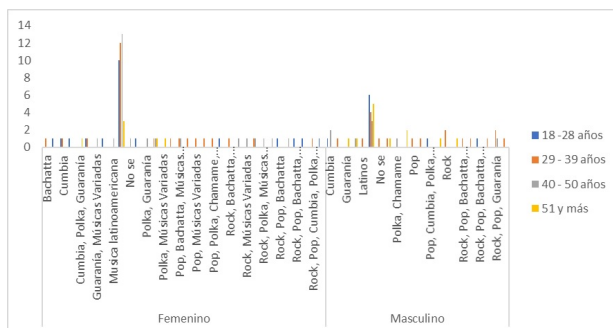


Fuente: elaboración propia con base en resultados de la encuesta aplicada a miembros de la comunidad universitaria de la UNP durante los meses de junio y julio de 2022

Respecto a la información que reciben desde radio Universidad las respuestas dan cuenta de la opción “Noticias nacionales y locales” (76 %) como una de las más escogidas, seguida por “Sobre el funcionamiento de la Universidad” (38 %), “Ofertas académicas” (30,2 %), “Resoluciones Institucionales” (19,4 %), “Actividades de su estamento” (18,6 %), “Otros” (3,2 %), tales como actividades sociales, salud y deportes.

Sobre el género musical al que acceden en radio universidad, un 71 % señala “Música variada”, seguido por “Guaranias” (22,7 %), “Pop” (21,1 %), “Rock” (19,5 %), “Polka” (17,2 %), “Cumbia” (10,9 %), “Bachata” (10,2 %), “Chamame” (4,7 %) Y “Jazz” (2,3 %) [Gráfico 9].

Gráfico 9
Género musical al que se accede en Radio UNP



Fuente: elaboración propia con base en resultados de la encuesta aplicada a miembros de la comunidad universitaria de la UNP durante los meses de junio y julio de 2022

PARTICIPACIÓN RADIAL

En un 89 %, los/as encuestados/as perciben a la Radio UNP como abierta a todos los estamentos de la universidad, aunque tanto solo un 33 % menciona haber participado en algún programa. Al indagar sobre el interés de participar, el 47 % indicó “tal vez”, el 40 % señaló “Si” (interés mayormente manifestado por las mujeres) y un 12 % respondió que “No”. Un alto porcentaje de este último grupo argumentó que el motivo de la no participación era la dificultad para exponer ideas ante el micrófono. En cuanto al tipo de programa en que les interesaría participar, se obtuvo: Periodístico y de opinión (53,5 %) y Debate (31,7 %).

DISCUSIONES Y CONCLUSIONES

Los resultados de esta investigación permiten identificar que la audiencia radiofónica universitaria de Radio Universidad que solo escucha la frecuencia 100.7 FM está compuesta, mayoritariamente, por mujeres de 18 a 28 años. Asimismo, se observa que en un amplio porcentaje la audiencia opta por hacer cambios de frecuencias de acuerdo con sus gustos y sus preferencias, lo que refleja la importancia de considerar estrategias de programación y de contenido que sean atractivas para esta demografía específica.

El mayor periodo de escucha radial se produce en dos momentos del día: por la mañana, de 9 a 12 horas, y la tarde, de 16 a 18 horas. El lapso de menor sintonía se refleja durante el horario nocturno y en las primeras horas del día, situación que sugiere la importancia de diversificar la programación para atender a los diferentes momentos del día.

También se ha identificado que los oyentes de la emisora prefieren los programas de contenido “Informativo-musical”, lo que resalta la importancia de mantener propuestas comunicacionales informativas diversas y atractivas. En tanto, los programas de entretenimientos son los menos escuchados, incluyendo también los programas de las unidades académicas. Esto se constituye en un hallazgo que merece una consideración cuidadosa en el contexto de la misión de Radio Universidad, que plantea: “La comunicación institucional: Divulgar las acciones y logros académicos de la UNP. Promoción de la cultura: Rescatar y promocionar la cultura, el arte, el saber popular, el deporte, las expresiones artísticas, eruditas y populares” (Universidad Nacional de Pilar, s.f), se entiende que una parte central de la identidad de Radio Universidad es la emisión de programas académicos y culturales, sin embargo la radio podría considerar encontrar un equilibrio entre programas educativos y de entretenimiento que se alinee con su misión insitucional y las preferencias cambiantes de la audiencia. Otra consideración que podría darse respecto de la baja preferencia de escucha de programas de entretenimientos se relaciona con la naturaleza de la audiencia radiofónica, en atención a que este estudio estuvo enfocado en miembros de la comunidad educativa de la UNP (estudiantes, docentes, funcionarios/as y directivos) que, por lo general, tiende a ser más especializada en comparación con las audiencias de estaciones comerciales.

Un alto porcentaje reconoce que es posible escuchar Radio Universidad desde las plataformas en línea, tales como la Página de Facebook de la radio, la página web de la UNP y la App de la radio. La disponibilidad de estas múltiples plataformas refleja la adaptación de la emisora a las preferencias cambiantes de la audiencia, que tiene la posibilidad de sintonizar la emisora desde diversos dispositivos y ubicaciones, lo que aumenta la accesibilidad y el alcance de la emisión. Esto ofrece oportunidades para ampliar la audiencia, interactuar con la comunidad y promover la presencia en línea de la emisora.

La audiencia admite que la emisora difunde músicas de géneros variados. La diversidad musical en la programación de Radio Universidad es un aspecto positivo que puede contribuir a atraer y enriquecer la experiencia de los oyentes.

Existe un alto grado de percepción sobre la apertura que tiene la radio para todos los estamentos de la universidad, lo que refleja un ambiente inclusivo y receptivo dentro de Radio Universidad. Asimismo, se evidencia interés en participar, aunque dicha participación es baja, hecho que debe ser considerado por los directivos de la radio, ya que su atención podría contribuir a una mayor pertenencia e identidad con el medio. El interés en participar en la radio, pese a la baja participación, sugiere que podrían existir barreras o desafíos que impiden que los miembros de la comunidad universitaria se involucren activamente. En tal sentido, sería valioso explorar los motivos existentes detrás de la baja participación a pesar del interés. ¿Se debe a falta de tiempo, a falta de conocimiento sobre cómo participar o se asocia a otras razones? Comprender estas barreras pueden constituirse en la base para desarrollar estrategias tendientes a aumentar la participación.

Otro dato que pudo ser constatado es que a más de diez años de su existencia, la emisora aún es desconocida por el sector estudiantil de la universidad, un escenario que debe ser atendido, al igual que el desarrollo de campañas comunicacionales que instalen el número de frecuencia de emisión.

A partir de los resultados obtenidos, surgen otros interrogantes que podrían ayudar a definir acciones de intervención en la programación del medio: ¿qué hace el medio para penetrar con mayor presencia en el estamento estudiantil?, ¿qué tipos de actividades desarrolla la audiencia durante el tiempo de escucha?, ¿desde qué lugar lo hace?

REFERENCIAS

- Álvarez Orozco, A. (2016). Caracterización del perfil de la audiencia de Radio Católica Metropolitana. *Revista PUENTE*, 49-55.
- Chávez Ortiz, I. G. (2012). La radio como experiencia cultural: un panorama de la radiodifusión en el ámbito internacional y los inicios de la radio educativa en el periodo nacionalista en México 1924-1936. *Signos Históricos*, 14(28), 114-148. <https://signoshistoricos.izt.uam.mx/index.php/historicos/article/view/385>
- Durante Rincón, E., Pineda de Alcázar, M. y Prieto de Ramos, I. (2005). Perspectivas y desafíos del sujeto midiático: La otredad de la comunicación en la radio contemporánea. *Revista de Ciencias Sociales*, 11(2), 277-295. <https://doi.org/10.31876/rsc.v11i2.25287>
- Emisoras de Paraguay. (2023). Historia de las Emisoras de Radio de Paraguay. <http://emisorasdeparaguay.com/blog/historia-radio-emisoras-paraguay>
- Ley 642 De Telecomunicaciones (1995). *Congreso de la Nación Paraguaya*.
- López, J. (1997). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Gráficas Silva.
- Paiz Malespín, G. (2016). La Radio Comunitaria ¿Cómo resignificarla hoy? *Ciencia e Interculturalidad*, 18(1), 94-107. <https://doi.org/10.5377/rci.v18i1.3052>
- Mata, M. (1994). *Cómo conocer la audiencia de una emisora: Los sondeos de audiencia*. Asociación Latinoamericana de Educación.
- Portugal, R., y Dávila, E. (2019). Consumo y hábito de la radio tradicional frente a la radio on line, en audiencias universitarias. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (288). <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/18309>
- Prieto de Ramos, I. y Durante Rincón, E. (2007). La evolución de la radio y las implicaciones tecno-socio-culturales en la audiencia: De oyente a usuario en la recepción. *Espacio Abierto*, 16(2), 313-329. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/espacio/article/view/1243>
- Universidad Nacional de Pilar (19 de mayo de 2023). *Radio Universidad. 4 años*. <http://unp.edu.py/radio-universidad-4-anos>
- Universidad Nacional de Pilar. (s.f). Creación y misión. <https://unp.edu.py/radiouniversidad/creacion-y-mision/>

CONTRIBUCIÓN DE AUTORES/AS

Autor/a*	COLABORACIÓN ACADÉMICA													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
María Lourdes Villalba Benítez	X		X	X	X	X	X	X	X					
Marcos Daniel Ramírez Alarcón	X		X	X	X	X	X	X	X					
Tania Inocencia Rivero Montiel												X		

1. Administración del proyecto, 2. Adquisición de fondos, 3. Análisis formal, 4. Conceptualización, 5. Curaduría de datos, 6. Escritura - borrador original, 7. Escritura - revisión y edición, 8. Investigación, 9. Metodología, 10. Recursos, 11. Software, 12. Supervisión, 13. Validación, 14. Visualización.