



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ESTE

FACULTAD DE FILOSOFÍA



CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS MEDIOS RADIALES DE LOS
ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA
FACULTAD DE FILOSOFÍA – UNE. AÑO 2020**

Autora

María Esther Rojas Ruíz

Correo: techirojas90@gmail.com

Orientadora

Lic. Graciela Duarte Maidana

Correo: graciela.duarte@filosofiaune.edu.py

Trabajo Final de Grado presentado a la Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este como requisito para la obtención del título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Ciudad del Este - Paraguay

Año 2021

RESUMEN

El consumo de la radio es un tema de tendencia y debate en la actualidad, teniendo en cuenta que está en controversia lo convencional y lo mediático. Ante los cambios de los hábitos de consumo de los contenidos de información, educación y entretenimiento por parte de los jóvenes, quienes en la mayoría de los casos lo hacen por plataformas digitales gracias a la adopción de la tecnología, este estudio planteó describir los hábitos de consumo de contenidos periodísticos en radio por parte de los estudiantes de área de Comunicación, un público elemental teniendo en cuenta la formación que eligieron. Se trabajó con la metodología de diseño no experimental, con enfoque cuantitativo y de alcance descriptivo que se logró mediante un cuestionario digital de la técnica de la encuesta respondida por 21 estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Filosofía – Universidad Nacional del Este. En el resultado se identificó la preferencia que los mismos tienen hacia los contenidos informativos que ofrecen los programas de radio, que la frecuencia prevaleciente de escucha de radio es de algunas veces y entre sus motivos de sintonización de la radio es por cuestiones de interés hacia los contenidos periodísticos que ofrecen los medios radiales de la región. En conclusión, los universitarios encuestados de la carrera de periodismo marcan la diferencia en la tendencia de que a los jóvenes de la nueva generación no les interesa escuchar la radio en la actualidad.

Palabras claves: radio, hábitos de consumo, jóvenes, estudiantes de comunicación.

ABSTRACT

Radio consumption is a topic of trend and debate today, taking into account that the conventional and the media are in controversy. Given the changes in the consumption habits of information, education and entertainment content by young people, who in most cases do so through digital platforms thanks to the adoption of technology, this study proposed to describe consumption habits journalistic content on radio by students in the Communication area, an elementary audience taking into account the training they chose. We worked with the non-experimental design methodology, with a quantitative approach and descriptive scope that was achieved through a digital questionnaire of the survey technique answered by 21 students of the Communication Sciences career of the Facultad de Filosofía – Universidad Nacional del Este from the east. In the result, the preference that they have towards the informative contents offered by radio programs was identified, that the prevailing frequency of radio listening is some times and among their reasons for tuning the radio is for reasons of interest towards the radio programs. journalistic content offered by radio media in the region. In conclusion, the university students surveyed from the journalism career mark the difference in the tendency that young people of the new generation are not interested in listening to the radio today.

Keywords: radio, consumer habits, young people, communication students.