

El desarrollo de la Ciberradio en la región central de Ecuador

The development of Ciberradio in the central region of Ecuador

Desenvolvimento Ciberradio na região central do Equador

Alex H. Mullo-López^I
Universidad Técnica de Cotopaxi
Latacunga, Ecuador
alex.mullo@utc.edu.ec

Luis A. Gamboa-Orozco^{III}
Universidad Técnica de Ambato
Ambato, Ecuador
luis.gamboa@uta.edu.ec

Juan P. Toro-Bravo^{II}
Universidad Técnica de Cotopaxi
Latacunga, Ecuador
juan.toro@utc.edu.ec

Resumen

La tecnología comunicacional forma parte de nuestra vida cotidiana, posicionando nuevas formas de distribución de contenidos mediáticos mediante la Red. Las plataformas web 2.0 permiten a la radio tener una cobertura global y apoyarse en elementos multimedia que enriquecen el discurso radiofónico, y consienten una comunicación bidireccional con la audiencia a través del uso de redes sociales. La presente investigación utiliza metodologías cualitativas y cuantitativas para analizar el desarrollo de la radio por Internet en la región central de Ecuador, específicamente en los cantones de Latacunga, provincia de Cotopaxi y Ambato, provincia de Tungurahua. Finalmente se establece que los medios tradicionales están migrando a la red, con el objetivo de posicionarse en públicos nativos digitales y migrantes Ecuatorianos. A su vez existen esporádicas propuestas de radios que nacen en la red. Mientras que la audiencia aún no tiene preferencia por escuchar radio por internet, debido al difícil acceso a ciberespacio.

Palabras clave: Tecnología comunicacional; plataformas web 2.0; radio por internet.

Abstract

Communicational technology is part of our daily life, positioning new forms of distribution of media content through the Network. Web 2.0 platforms allow the radio to have global coverage and rely on multimedia elements that enrich radio speech, and consent to two-way communication with the audience with the use of social networks. The present research uses qualitative and quantitative methodologies to analyze the development of Internet radio in the central region of Ecuador, specifically in the cantons of Latacunga, Cotopaxi province and Ambato, Tungurahua province. Finally, it is established that traditional media are migrating to the network, with the aim of positioning themselves in native digital audiences and Ecuadorian migrants. In turn there are sporadic proposals of radios that are born in the network. While the audience still has no preference for listening to Internet radio, due to the difficult access to cyberspace.

Key words: Communication technology; Web 2.0 platforms; Internet radio.

Resumo

A tecnologia de comunicação é parte do nosso cotidiano, posicionando novas formas de distribuição de conteúdo de mídia através da Rede. As plataformas da Web 2.0 permitem que o rádio tenha uma cobertura global e confie em elementos multimídia que enriquecem a fala de rádio e consentem a comunicação bidirecional Com o público com o uso de redes sociais. A presente pesquisa utiliza metodologias qualitativas e quantitativas para analisar o desenvolvimento da rádio na Internet na região central do Equador, especificamente nos cantões de Latacunga, província de Cotopaxi e Ambato, província de Tungurahua. Finalmente, é estabelecido que a mídia tradicional está migrando para a rede, com o objetivo de posicionar-se em públicos digitais nativos e migrantes equatorianos. Por sua vez, existem propostas esporádicas de rádios que nascem na rede. Enquanto o público ainda não tem preferência por ouvir rádio na Internet, devido ao difícil acesso ao ciberespaço.

Palavras chave: tecnologia de comunicação; Web 2.0 plataformas; rádio na Internet.

Introducción.

La Radio por Internet

La trascendencia que ha generado “la radio al ser un descubrimiento físico de enorme valor para la humanidad siempre ha estado ligada a la tecnología y a las transformaciones de orden económico, político y social” (Yaguana, 2013, p.35). Por lo tanto, desde su surgimiento la radio ha involucrado a la sociedad para que sea partícipe de este medio, compartiendo y recibiendo información de una manera recíproca. Buscando nuevos formatos radiales que permitan que el oyente se involucre en el discurso radiofónico.

La *Web*, es el medio más utilizado hoy en día, por esta razón los medios de comunicación buscan desarrollarse en este campo, “Internet posibilitó que la radio rompa con las limitaciones de cobertura de la señal de antena, brindándole cierta ubicuidad que permite al oyente escuchar la radio que prefiera desde cualquier lugar, a partir de un dispositivo con conectividad web.” (Bonet, 2007, p.6). Los jóvenes son los principales consumidores de las diferentes herramientas que proporciona la *Web*, por esta razón la radio trata de ganar audiencia compartiendo sus contenidos en plataformas 2.0 y 3.0.

La radio y el *Internet* se fusionaron formando las denominadas radios *Online*. Para que exista la radio por *Internet* fue necesario el uso de la tecnología “*MBone (Multicast Backbone)*” (Calvo, 2003, p.30). Este término hace referencia a una red virtual que permite la transmisión de video y audio. Es así que las producciones radiales migran a diversas plataformas y se han desarrollado múltiples formatos de distribución de contenidos. Esta innovación incluye además del audio y video, la implementación de manejo de redacción para web y el uso de ilustraciones fotográficas, que

enriquecen el producto radial. A su vez las plataformas web 2.0 han permitido la promoción e interacción con la audiencia.

Desde 1993, fecha en la cual se produjo el nacimiento de la radio por *Internet*, este avance para la comunicación aún está en proceso de desarrollo, lo que ha permitido que la radio tradicional migre al formato *Online* y por consecuencia ha sido necesario que las radios se adapten rápidamente a nuevas tendencias radio-comunicativas.

En Ecuador, “la radio en Internet registra su origen en 2006 con Radio Play Internacional, estación nativa de la red que, en el primer año de funcionamiento, tuvo 180 mil visitas.” (Yaguana, 2013, p.36). Después de este hecho los contenidos radiales tuvieron un cambio trascendental, innovando su programación y adquiriendo nuevas técnicas a partir de la implementación de nuevas tecnologías.

La radio nativa *Online* surge como consecuencia de “la transición de la tecnología analógica a la digital, que, en la década de los noventa, inició un proceso interno de cambio en las emisoras y que ha afectado a la radio en todas sus dimensiones-” (González, 2010, p. 52).

El surgimiento de este nuevo concepto de hacer radio por *Internet*, requirió que las radios convencionales experimenten una transformación global en cuanto a su estructura y definición, permitiendo que la comunicación sea dinámica, pluralista y se encuentre en diversas plataformas, ampliando la posibilidad de comunicación para la audiencia. La radio “ha ido experimentando nuevos caminos para la comunicación sonora que incluso cambian el concepto y el significado del medio radiofónico tradicional” (González, 2010, p.53). La emisora migra a los nuevos paradigmas comunicacionales y por consecuencia va adaptándose a ciertas modificaciones. La interactividad es

El desarrollo de la Ciberradio en la región central de Ecuador

un elemento clave en este nuevo concepto de radio y la relación entre el medio radial con el prosumer es indispensable para que la radio por *Internet* funcione. Creando espacios de diálogo para trascender en una audiencia que posee pensamiento crítico y lo expresa. Fidelizando su atención y participación. Es decir involucrando al oyente en el discurso radiofónico.

El desarrollo de la radio *Online* se ha producido por el surgimiento de las Tecnologías de la Información y Comunicación, y se está posicionando en un entorno digital innovador. Y de esta manera las nuevas plataformas, ayudan a incrementar la interacción con la audiencia. Los contenidos de las emisoras no solo pretenden llegar al oyente, lo que busca la comunicación radiofónica actual es crear contenidos desde el criterio del prosumer. Así mismo, “el acceso masivo a la *Web* y la digitalización están propiciando un rediseño de los perfiles profesionales, a la par que están sirviendo para reestructurar las rutinas productivas” (Barbeito, et al., 2015, p.9).

Ahora bien, la radio se ha ido integrando a este sistema, lo cual ha permitido ampliar horizontes para poder llegar a más público, no solo de su localidad sino de diversas partes del mundo. La radio tradicional está en constante búsqueda de métodos innovadores, con el objetivo de llegar a la *Cyber* audiencia y afrontar la evolución de la tecnología, como consecuencia la radio tradicional pasa al formato de la radio *Web*. “La radio *on line* es una radio que además de ser escuchada puede ser vista, ya que puede emplear todas las posibilidades multimedia que ofrece la tecnología” (García, 2010, p.139). La evolución que experimenta la radio permitirá adentrarse a un nuevo campo, ahora se habla de la radio con *Streaming* de video o también llamada radio tv, esto quiere decir que los usuarios no solo escuchan dichas emisoras, sino también tienen la posibilidad de mirar en vivo a su locutor favorito, incrementando la participación de los oyentes, enriqueciendo el producto comunicacional. “La interactividad y la especialización de los contenidos para el soporte y

para una audiencia más específica parecen las claves de su evolución hacia una definitiva Radio 3.0.” (Ortiz y López, 2012, p.281). La radio al migrar al entorno *online*, logra evolucionar significativamente, ya que en esta plataforma multimedia se establece nuevas creaciones hacia la era digital, donde los oyentes dejan de ser simples receptores y forman parte esencial de esta sinergia comunicativa.

Transición de la radio convencional a la radio ciberradio

Este paso de la radio tradicional a la era digital, no se ve amenazada por las nuevas tecnologías, al contrario, es una herramienta para el crecimiento y desarrollo de este medio, es decir, la radio no brinda únicamente un producto auditivo, sino que ahora comparte a sus consumidores un producto transmediático y la posibilidad de la constante interrelación audiencia - emisora. La radio es un medio de comunicación que se ha forjado y adaptado a esta era tecnológica. Puesto que “la audiencia a través de internet va creciendo, ya que son muchos los usuarios que cambian las ondas por la emisión on-line” (Ramos, 2015, p.767). En la actualidad se evidencia el consumo mediático mediante dispositivos móviles. La accesibilidad y disponibilidad de información, educación y entretenimiento, mediante estos instrumentos tecnológicos, son esenciales para mantener conectado al oyente, generando una relación dinámica entre el usuario y la emisora.

La tecnología es el motor principal para las radios, la transición de lo tradicional a lo digital, ha significado un gran salto a lo largo de la historia radiofónica, ya que la “radio por internet no es un experimento sino que ha venido a quedarse entre nosotros y sin duda será la futura radio digital, que consumiremos fundamentalmente con dispositivos móviles” (Galán, 2015, p.257). Por consiguiente, si antes la radio tradicional transmitida en frecuencia AM y FM, lograba tener gran audiencia, hoy con la radio por *Internet* sus posibilidades de difusión y alcance son infinitas. “La

El desarrollo de la Ciberradio en la región central de Ecuador

radiofonía web se concreta en una plataforma donde convergen características del medio convencional con otras derivadas de su esencia multimedia, esta convergencia ha propiciado cambios en conceptos como programación, lenguaje radiofónico o comunidad de radioescuchas, entre otros” (Piñeiro, Ramos, 2013, p.41). A partir de esta modificación se han implementado recursos multimedia a la radio tradicional, generando inclusive nuevos formatos radiofónicos que han producido una percepción diferente por parte de la audiencia, para que puedan interpretar con claridad y brevedad el mensaje que se transmite a través de las emisoras.

En este sentido las emisoras deberían convertir sus plataformas de radio online en verdaderas webradios y sacar- de este modo- mayor partido del medio. Esta mejora podría reflejarse en un mayor número de usuarios dado que Internet y los dispositivos móviles comienzan a despuntar como receptores de contenidos radiofónicos. (Piñeiro, Ramos, 2013, p.51).

La radio debe continuar transmitiendo sus contenidos en formatos tradicionales y al mismo tiempo adaptarse a la era digital. Si las emisoras logran una transición eficaz a *Web* radios, podrían tener más oportunidad de incrementar su audiencia y mejorar su sintonía, socializándose con los nativos tecnológicos, quienes son los que juzgarán y aprobarán si el producto radiofónico está adaptado a sus necesidades.

Participación de la audiencia en la ciberradio

Las radios *Online* no solo transformaron la manera en que los oyentes escuchan la radio, también se logró dar un salto importante para un mejor desenvolvimiento cibernético, apoyado en las redes sociales. El sistema de comunicación locutor - audiencia, se ha innovado con el uso de

plataformas web 2.0. La interacción del oyente con la emisora es más participativa, y directa. Ubicando al radioescucha como principal actor. La radio se aventura a varios protocolos sistemáticos haciendo de la comunicación una trasmisión interactiva.

En el ambiente de radio *Web*, la audiencia participa activamente en tiempo real, ya sea mediante texto, audio o video. “La interacción multimodal extiende la interfaz de usuario para permitir múltiples modelos de interacción, ofreciendo a los usuarios la posibilidad de usar la voz u otros dispositivos para introducir datos” (Occhipinti., et al, 2011, p.53). Al mismo tiempo la participación de la radio en *Internet* ha influenciado en la creación de formatos multimedia. Es importante el salto que ha dado la radio convencional a *Online*, dándole esplendor al usuario quien no solo escucha, sino observa y se vuelve prosúmer crítico de la información.

La tecnología ha permitido que la radio *Online* pueda interactuar con sus usuarios, accediendo a una comunicación horizontal y democrática. “La radio en Internet ha estrechado la relación con su audiencia y ha fomentado nuevos canales de participación basados en la interactividad al frente de los cuáles se han situado las redes sociales” (Buffarah, 2004, p. 6). Los comunicadores radiales deben apoyarse en la tecnología para convertir a la radio en un medio innovador y accesible. “Con el creciente uso y el acceso a la tecnología, estos espacios digitales se han convertido en una alternativa para informar a diversos públicos” (Costales, 2013, p.112). La era de la tecnología ha permitido a los medios de comunicación llegar a más usuarios con su información, captando la atención de diferentes grupos sociales, permitiendo la comunicación participativa y ofreciendo al usuario la posibilidad de escoger las temáticas con las que desea informarse. De ahí que “Internet se presenta como el impulsor de la nueva radio Online, incrementando el dialogo con el grupo de oyentes, siendo también una herramienta más rápida para

El desarrollo de la Ciberradio en la región central de Ecuador

promover todo tipo de contenido” (Martínez, Moreno, Amoedo. 2012, p.167). Las radios online, sean estas nativas o migrantes de los formatos tradicionales, se han incrementado con facilidad debido a que “los nuevos oyentes son nativos digitales, están acostumbrados a las posibilidades que ofrecen los nuevos dispositivos desde que tienen conocimiento” (Galán, 2015, p.260). Los jóvenes toman como prioridad el *Internet*, siendo un medio de comunicación alternativo dejando el consumo de contenidos radiofónicos en formatos tradicionales. Por otro lado, los medios radiales hacen uso de la multimedia, participan de nuevos modelos de radio, como la *Ciberradio*.

Metodología.

La metodología utilizada es de carácter cuantitativo y cualitativo, para lo cual se emplea tres instrumentos: encuestas, entrevistas y fichas de observación. La aplicación de estos instrumentos investigativos se realizan en los cantones Latacunga y Ambato. Para las siguientes variables:

- Identificación de radios *online* en la región central de Ecuador.
- Uso de elementos web 2.0 por parte de las radios analizadas.
- Tipología de contenidos que prefiere la audiencia de la radio online
- Los nuevos formatos de transmisión desde la perspectiva de los directores de las radios.

Se identifica el número de radios online en la región central de Ecuador, mediante el uso de fichas de observación. Así mismo el manejo de elementos web 2.0 por parte de las radios tradicionales y online. Además se aplica 610 encuestas para analizar el tipo de audiencia de la radio *Online*. Divididas en 300 encuestas en la ciudad de Ambato y 310 encuestas en la ciudad de Latacunga. También se determina lugares donde existe mayor afluencia de personas: Terminal terrestre de la ciudad de Ambato, Universidad Técnica de Ambato (UTA) Campus Huachi Chico,

El desarrollo de la Ciberradio en la región central de Ecuador

Campus Ingahurco. Terminal de Latacunga, Barrio El Salto, Sector La Estación, Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC). Y finalmente se realiza entrevistas a los directores de los medios radiales para conocer si existe un conocimiento y manejo de nuevos formatos de transmisión para la transición a la *Ciberradio*.

Resultados

Identificación de radios *online* en la región central de Ecuador

En el cantón Ambato, se determina que de las 27 radios analizadas, únicamente seis radios no se encuentran transmitiendo su programación *Online*. Existen tres radios que son nativas digitales y su transmisión es activa en la red. Además se establece que 18 radios transmiten su programación mediante la frecuencia tradicional y usando el *Internet*. A su vez, durante la aplicación de la ficha en el cantón Latacunga, de las 13 radios analizadas, se determina que una radio no transmite *Online*. Cuatro radios son nativas digitales, mientras que ocho emisoras transmiten su programación de manera tradicional y haciendo uso del *Internet*. Como lo ilustra la tabla 1 y 2

Tabla 1: Radios online del cantón Ambato

N°	RADIO	FORMATO DE TRANSMISIÓN		
		AM	FM	ONLINE
1	ALTAVOZ.FM			X
2	RADIO EXCLUSIVA		X	
3	RADIO CENTRO FM 91.7		X	X
4	RADIO AMBATO	X		X
5	RADIO COLOSAL	X		X
6	RADIO CONTINENTAL 1320 AM	X		X
7	RADIO LIDER	X		X
8	RADIO CENTRO AM 1130	X		
9	RADIO CALIDAD AM 1260	X		X
10	RADIO SIRA	X		X
11	RADIO MERA 1380 AM	X		X

El desarrollo de la Ciberradio en la región central de Ecuador

12	RADIO TURBO 93.3		X	
13	STEREO FIESTA 94.5 FM		X	X
14	RADIO CANELA		X	X
15	RADIO BANDIDA 89.7 FM		X	X
16	RADIO ALEGRIA		X	X
17	RADIO AMOR		X	
18	RADIO SENSACION		X	
19	RADIO MELODIA		X	X
20	RADIO ROMANCE		X	X
21	PAZ Y BIEN AM Y FM		X	
22	RADIO CARACOL		X	X
23	RADIO BONITA		X	X
24	RADIO RUMBA		X	X
25	LA RADIO DE MODA			X
26	RADIO DORADO DEPORTES 1530 AM RADIO	X		X
27	S77 RADIO			X

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Radios online del cantón Latacunga

N°	RADIO	FORMATO DE TRANSMISIÓN		
		AM	FM	ONLINE
1	MASSIVE RADIO			X
2	RADIO ACTIVA ON LINE			X
3	RUNATACUYAC	X		X
4	RADIO NOVEDADES	X		
5	RADIO LATACUNGA AM	X		X
6	RADIO NUEVOS HORIZONTES	X		X
7	RADIO LATACUNGA FM		X	X
8	COLOR STEREO		X	X
9	HECHIZO FM		X	X
10	RADIO LATINA 90.1 FM		X	X
11	RADIO ELITE F.M.		X	X
12	RADIO ONLINE UTC			X
13	ECOS DEL PUEBLO			X

Fuente: Elaboración propia

El desarrollo de la Ciberradio en la región central de Ecuador

Uso de elementos web 2.0 por parte de las radios analizadas

En el cantón Ambato, la mayor parte de radios posee página *Web*. La transmisión de contenidos se lo realiza mediante el uso de streaming de audio, en tanto el streaming de video aún no es aprovechado por los medios radiales. Por otra parte el uso de recursos multimedia, es evidente, principalmente en el manejo de recursos textuales y en la publicación de información con ilustraciones fotográficas. El video se lo maneja en ciertos medios y finalmente el podcast no es utilizado para propender al manejo de radio a la carta.

En cuanto al manejo redes sociales. La plataforma más utilizada por las radios en el cantón Ambato, es *Facebook* y en segundo lugar se encuentra *Twitter*. Como lo ilustra la tabla 3 y 4

Tabla 3: Uso de elementos web 2.0 de las radios del cantón Ambato

N°	RADIO	LA RADIO TIENE PÁGINA WEB		TRANSMITE EN STREAMING DE AUDIO		UTILIZA STREAMING DE VIDEO		LA PÁGINA WEB TIENE CHAT		LA PÁGINA WEB DE LA RADIO TIENE ELEMENTOS MULTIMEDIA APOYADAS EN HERRAMIENTAS WEB 2.0			
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	TEXTO (publicación de información)	FOTOS (galería o fotos informativas)	VIDEOS (publicaciones en plataformas de video)	AUDIOS (podcast)
1	ALTAVOZ.FM	X			X		X		X	X	X		
2	RADIO EXCLUSIVA		X										
3	RADIO CENTRO FM 91.7	X		X			X	X		X	X		
4	RADIO AMBATO	X		X			X		X	X	X		
5	RADIO COLOSAL	X		X				X		X	X		
6	RADIO CONTINENTAL 1320 AM	X		X			X		X	X	X		
7	RADIO LIDER	X		X			X	X		X	X		
8	RADIO CENTRO AM 1130	X		X			X	X		X	X		
9	RADIO CALIDAD AM 1260	X		X			X	X		X	X		
10	RADIO SIRA	X		X			X		X	X	X		
11	RADIO MERA 1380 AM	X		X			X	X		X	X		
12	RADIO TURBO 93.3		X										
13	STEREO FIESTA 94.5 FM	X		X			X		X	X	X		
14	RADIO CANELA	X		X			X		X	X	X	X	
15	RADIO BANDIDA 89.7 FM	X		X			X		X	X	X	X	
16	RADIO ALEGRIA	X		X			X	X		X	X	X	

El desarrollo de la Ciberradio en la región central de Ecuador

17	RADIO AMOR	X										
18	RADIO SENSACION		X									
19	RADIO MELODIA		X	X		X		X				
20	RADIO ROMANCE	X		X		X		X	X	X		
21	PAZ Y BIEN AM Y FM											
22	RADIO CARACOL	X		X		X		X	X			
23	RADIO BONITA	X		X		X		X	X	X		
24	RADIO RUMBA		X	X		X		X	X	X		
25	LA RADIO DE MODA	X		X		X		X	X	X	X	
26	RADIO DORADO DEPORTES 1530 AM RADIO	X		X		X		X	X	X		
27	S77 RADIO	X		X		X		X	X	X		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Presencia en redes sociales de las radios del cantón Ambato

N°	RADIO	LA RADIO ESTÀ PRESENTE EN REDES SOCIALES				
		FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM	LINKEDLN	GOOGLE+
1	MUNDO SOBRE RUEDAS	X	X			
2	ALTAVOZ.FM					
3	RADIO EXCLUSIVA					
4	RADIO CENTRO FM 91.7	X	X			X
5	RADIO AMBATO	X	X			X
6	RADIO COLOSAL	X				
7	RADIO CONTINENTAL 1320 AM	X				
8	RADIO LIDER	X	X			
9	RADIO CENTRO AM 1130	X	X			
10	RADIO CALIDAD AM 1260	X				
11	RADIO SIRA					
12	RADIO MERA 1380 AM	X	X			
13	RADIO TURBO 93.3					
14	STEREO FIESTA 94.5 FM	X	X			
15	RADIO CANELA	X				
16	RADIO BANDIDA 89.7 FM	X				
17	RADIO ALEGRIA	X	X			
18	RADIO AMOR					
19	RADIO SENSACION					
20	RADIO MELODIA	X				
21	RADIO ROMANCE	X				
22	PAZ Y BIEN AM Y FM					
23	RADIO CARACOL	X	X			
24	RADIO BONITA	X	X			

El desarrollo de la Ciberradio en la región central de Ecuador

25	RADIO RUMBA	X				
26	LA RADIO DE MODA	X	X			
27	RADIO DORADO DEPORTES 1530 AM RADIO	X				
28	S77 RADIO	X				X

Fuente: Elaboración propia

En el cantón Latacunga, se visualiza que casi todas las radios poseen página *Web*. La transmisión de contenidos se lo realiza a través de Streaming de audio, en tanto que el *Streaming* de video, es una herramienta muy poco utilizada, así como el podcast, que casi no es empleado como instrumento para distribución de contenidos.

En cuanto al uso de redes sociales, las radios en su mayoría interactúan con el usuario a través de *Facebook* y *Twitter*. En ciertos casos tienen presencia en *google+*.

Durante el estudio de variables, se determina que existe una transición de la radio convencional hacia la plataforma de la *Web 2.0*. Las radios convencionales cada día hacen un esfuerzo por innovar y suplir los requerimientos de la audiencia, que en la actualidad se encuentran en las redes sociales.

Además, se identifica que paulatinamente están surgiendo radios nativas digitales y una adecuada gestión de contenidos para redes. Esto permite que se posicionen en el ambiente radiofónico actual, logrando que la transmedialidad se desarrolle. Como lo ilustra la tabla 5 y 6.

El desarrollo de la Ciberradio en la región central de Ecuador

Tabla 5: Uso de elementos web 2.0 por parte de las radios del cantón Latacunga

N°	RADIO	LA RADIO TIENE PÁGINA WEB		TRANSMITE EN STREAMING DE AUDIO		UTILIZA STREAMING DE VIDEO		LA PÁGINA WEB TIENE CHAT		LA PÁGINA WEB DE LA RADIO TIENE ELEMENTOS MULTIMEDIA APOYADAS EN HERRAMIENTAS WEB 2.0			
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	TEXTO (publicación de información)	FOTOS (galería o fotos informativas)	VIDEOS (publicaciones en plataformas de video)	AUDIOS (podcast)
1	MASSIVE RADIO	X		X		X		X		X	X	X	X
2	RADIO ACTIVA ON LINE	X		X			X	X		X		X	X
3	RUNATACUYAC	X		X				X		X	X	X	X
4	RADIO NOVEDADES	X			X		X	X		X		X	
5	RADIO LATACUNGA AM	X			X		X		X				
6	RADIO NUEVOS HORIZONTES	X		X	X		X	X		X	X		
7	RADIO LATACUNGA FM	X		X			X	X		X	X		
8	COLOR STEREO	X		X			X	X		X	X	X	X
9	HECHIZO FM	X			X		X	X		X		X	X
10	RADIO LATINA 90.1 FM	X			X		X	X		X			
11	RADIO ELITE F.M.	X			X		X	X		X	X	X	
12	RADIO ONLINE UTC	X		X		X		X		X	X	X	X
13	ECOS DEL PUEBLO	X			X		X	X		X	X	X	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: Presencia en redes sociales de las radios del cantón Latacunga

N°	RADIO	LA RADIO ESTÁ PRESENTE EN REDES SOCIALES				
		FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM	LINKEDLN	GOOGLE+
1	AL DIA ONLINE	X	X			
2	RADIO ACTIVA ON LINE	X	X	X	X	X
3	RUNATACUYAC	X	X			
4	RADIO NOVEDADES	X	X			
5	RADIO LATACUNGA AM					
6	RADIO NUEVOS HORIZONTES	X	X			X
7	RADIO LATACUNGA FM	X				
8	COLOR STEREO	X	X			X
9	HECHIZO FM	X	X	X		X
10	RADIO LATINA 90.1 FM	X	X			X
11	RADIO ELITE F.M.	X	X			X
12	RADIO ONLINE UTC	X				
13	ECOS DEL PUEBLO	X	X			

Fuente: Elaboración propia

Tipología de contenidos que prefiere la audiencia de la radio online

Escucha radio por Internet

De la población encuestada en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, el 38% de las personas escuchan radio por *Internet*, mientras que el 62% no la escucha, llegando a un total del 100% de las encuestas. Es decir que el mayor porcentaje de población, no escucha radio por *Internet*. Como lo ilustra la tabla 7.

De la población encuestada en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, el 26% de las personas escuchan radio por *Internet*, mientras que el 74% no la escucha, llegando a un total del 100% de las encuestas. Es decir que el mayor porcentaje de población, no escucha radio por *Internet*. Como lo ilustra la tabla 8.

Tabla 7: ¿Escucha radio por *Internet*?

Tungurahua		
Alternativa	Personas	Total %
Si	114	38%
No	186	62%
	TOTAL: 300	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8: ¿Escucha radio por *Internet*?

Cotopaxi		
Alternativa	Personas	Total %
Si	82	26%
No	228	74%
	TOTAL: 310	100%

Fuente: Elaboración propia

Cuántas emisoras *online* escucha la población de los cantones Ambato y Latacunga.

De la población encuestada en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, el 29% de las personas escuchan una emisora *Online*, el 39% escucha dos emisoras *Online*, el 15% escucha entre 3 a más emisoras y el 17% no escucha emisoras por *Internet*, llegando así, al total del 100% de las encuestas. Es decir que la mayoría de personas, escuchan dos emisoras *Online*. Como lo ilustra la tabla 9.

De la población encuestada en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, el 30% de las personas escuchan una emisora *Online*, el 40% escucha dos emisoras *Online*, el 23% escucha entre 3 a más emisoras y el 1% no escucha emisoras por *Internet*, llegando así, al total del 100% de las encuestas. Es decir que la mayoría de personas, escuchan dos emisoras *Online*. Como lo ilustra la tabla 10.

Tabla 9: ¿Cuántas emisoras *online* usted escucha?

Tungurahua		
Alternativa	Personas	Total %
1	33	29%
2	34	39%
3 o más	17	15%
Ninguna	20	17%
	TOTAL:114	TOTAL: 100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10: ¿Cuántas emisoras *online* usted escucha?

Cotopaxi		
Alternativa	Personas	Total %
1	25	30%
2	33	40%
3 o más	23	23%
Ninguna	1	1%
	TOTAL:82	TOTAL: 100%

Fuente: Elaboración propia

¿Qué tipo de programación prefiere escuchar en la radio *online*?

De la población encuestada en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, el 17% de personas prefiere escuchar programas de entretenimiento, el 64% escucha programas musicales, el 2% escucha programas informativos, el 7% escucha programas deportivos, el 5% escucha programas culturales, el 1% escucha programas educativos, el 2% escucha programas de opinión y finalmente el 2% escucha otros programas, llegando a un total del 100% de las encuestas. Es decir, la mayoría de la población, opta por escuchar programas musicales. Como lo ilustra la tabla 11.

De la población encuestada en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, el 15% de personas prefiere escuchar programas de entretenimiento, el 49% escucha programas musicales, el 9% escucha programas informativos, el 10% escucha programas deportivos, el 6% escucha programas culturales, el 5% escucha programas educativos, el 4% escucha programas de opinión y finalmente el 2% escucha otros programas, llegando a un total del 100% de las encuestas. Es decir, la mayoría de la población, opta por escuchar programas musicales. Como lo ilustra la tabla 12.

Tabla 11: ¿Qué tipo de programación prefiere escuchar en la radio *online*?

Tungurahua		
Alternativa	Respuestas	Total %
Programas de entretenimiento	19	17%
Programas musicales	73	64%
Programas informativos	3	2%
Programas deportivos	8	7%
Programas culturales	6	5%
Programas educativos	1	1%
Programas de opinión	2	2%
Otros	2	2%
	TOTAL:114	TOTAL: 100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12: ¿Qué tipo de programación prefiere escuchar en la radio *online*?

Cotopaxi		
Alternativa	Respuestas	Total %
Programas de entretenimiento	21	15%
Programas musicales	67	49%
Programas informativos	12	9%
Programas deportivos	13	10%
Programas culturales	8	6%
Programas educativos	7	5%
Programas de opinión	5	4%
Otros	4	3%
	TOTAL:137	TOTAL: 100%

Fuente: Elaboración propia

Los nuevos formatos de transmisión desde la perspectiva de los directores de las radios.

En el cantón Latacunga se consideró a 8 medios radiales para analizar la perspectiva de los directores que actualmente transmiten su señal por *Internet*. De las cuales: Radio Elite, Color Stereo, Nuevos Horizontes, Hechizo y Stereo Latacunga, transmiten de manera tradicional y *Online*, mientras que UTC radio es una radio nativa *Online*. Finalmente forman parte de este estudio, radio Novedades y radio Latina, que siguen transmitiendo en un formato tradicional sin formar parte de los nuevos formatos Online.

Los directores de los medios radiales del cantón Latacunga consideran que es importante que la radio migre a formatos multimedia. Principalmente para poder llegar a los nativos digitales, que en su mayoría consumen información mediante la Internet. A su vez el alcance global que tiene este sistema, permite llegar a la población migrante, que es a donde apunta la radio de la localidad. Finalmente Los directores de las radios *Online*, confirman que la transmisión de la radio por *Internet* es una inversión necesaria y satisfactoria.

En tanto que los directores de las radios del cantón Ambato, provincia de Tungurahua, consideran que esta herramienta ha sido muy útil en la transformación de su formato tradicional, pasando de lo habitual a lo digital. Mediante la utilización del *Internet*, la audiencia se ha incrementado en un número considerado, ya que por medio de esta herramienta tecnológica, la audiencia puede sintonizar a la emisora a nivel local, nacional e internacional.

Existe aún un desconocimiento de formatos de radio a la carta (podcast). En ciertos casos manifiestan su uso como un elemento importante para fidelizar la sintonía de los oyentes.

Todos coinciden en que la migración a internet es una inversión valiosa y a corto plazo empezará a dar buenos resultados.

La mayoría de los medios radiales, utilizan *Streaming* de audio. Algunas radios poseen cámaras de video, pero no la utilizan, aducen una deficiencia en el servicio de *Internet*. Sin embargo a futuro, se plantean implementar el *Streaming* de video en las cabinas de radio. La ventaja de la radio como medio de comunicación, es una constante innovación y utilización de tecnología, que le permite sobrevivir a diferencia de los otros medios comunicacionales.

Conclusiones.

Las radios online de la región central de Ecuador tienen presencia en la Internet a través de páginas Web y sistemas de Streaming de audio. Aún así se evidencia que no se aprovechan otros recursos multimedia como la transmisión mediante el Streaming de video. A su vez el desconocimiento de plataformas para la realización de podcast, es un elemento clave para que no sea aplicado por la mayoría de medios radiales. Por consiguiente no se benefician de las posibilidades que brinda la red para la creación de estrategias de radio a la carta, En cuanto al uso de redes sociales para la interacción con la audiencia, se evidencia un claro posicionamiento en las plataformas Facebook y Twitter.

Sin embargo a pesar de que los medios radiales tiene presencia en Internet. La mayoría de la audiencia aún no tiene preferencia por estos medios de distribución. Principalmente por costos de servicios o acceso a Internet. En cuanto a la audiencia que ya escucha radio online, su preferencia gira en torno a contenidos musicales.

Finalmente existe un común acuerdo de todos los directores de los medios tradicionales que migran al sistema online, y de los medios nativos digitales para considerar que es necesario e imprescindible tener presencia en la Internet. Para potenciar nuevos formatos de distribución de contenidos que enriquezcan el discurso radiofónico con recursos multimedia. Y posicionarse en una audiencia global, con un público objetivo nativo digital y migrante Ecuatoriano.

Bibliografía

- Avilés, C. (2011). Radios informativas online. categorías metodológicas para su estudio y posterior aplicación a los casos de radio nacional y radio continental argentina. *Razón y Palabra*, vol. 16
- Barbeito, M. L., Cid-Leal, P., Perona, J. J., & Recoder-Sellarés, M. J. (2015). Servicios de Documentación y webs radiofónicas: Un maridaje necesario en el entorno digital. *Revista Española de Documentación Científica*, 38(3).
- Bufarah Junior, A. (2004). A rádio e Internet: desafios e possibilidades. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais. Portoalegre: Intercom.
- Cavia Fraile, S. (2016). Nuevo modelo de radio a través de la cuarta pantalla: radiovisión, la radio que se ve.
- Conde, M. J. G. (2010). La ciberradio. Nueva alternativa de futuro para la radio. *Revista de estudios de juventud*, (88), 51-62.
- Costales, J. R. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (122), 111-117.
- Galán A. (2015). La radio en la era digital. estudio de caso cope creados para ser consumidos online. Universidad de Salamanca.
- García González, A. (2010). Radio digital e interactiva. Formatos y prácticas sociales. *Revista Icono* 14, 15, 133-146.
- Herrera, S. (2012). La incidencia de Internet sobre la participación de los oyentes en los programas de radio. *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, 1(4).
- Lanusse, N. (2017). Las redes sociales como impulsoras de la radio web. *Questión*. Vol. 1, N. ° 53. Pág. 428-443.
- López, J. L., Hernández, M., & Zepeda, O. A. (2013). Streaming implementado en la radio por Internet.
- López L. (2016) Favorecer la cooperación intercultural entre comunidades con propósitos educativos, a través de las interacciones generadas entre la radio, videoconferencia y las redes sociales. (Pág., 242)

El desarrollo de la Ciberradio en la región central de Ecuador

López, L. (2016), Percepciones sobre la calidad de la radio por internet de una audiencia universitaria, Madrid, España. Lasallista.

López, N.: La radio se transforma: nuevas tecnologías, nuevos hábitos y nuevos perfiles para el medio más cercano. En Ortiz Sobrino, M. A. y López Vidales, N. (Eds.) (2011): Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. La democratización de los contenidos. Fragua: Madrid., pp. 15-40.

Martínez, M. D. P., Moreno, E., & Amoedo, A. (2012). La radio generalista en la red: un nuevo modelo para la radio tradicional. Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación-, 10(20), 165-180.

Milito, C., & Casajús, L. (2009) la radio en internet, un breve marco teórico para la comprensión y estudio del fenómeno.

Occhipinti C.Russo, L Balbi, M Sarobe, J Charne, H Becerra, GI Lo Monaco. (2011) La radio en ambientes web como medio de comunicación informativa, educativa, de contenido local y expansión de las nuevas Tecnologías. Pág., 53.

Ramos, Á. (2015). Radio hertziana vs. radio en Internet: Un análisis comparativo. Opción, 31(1).

Romero, H. (2013). Acercándonos a la radio digital terrestre desde la radio en la Red: Chasqui.

Robles Andreu, M Carmen; (2012). Reseña Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era. La democratización de contenidos de Miguel Angel Ortiz y Nereida López, Sphera Pública, Enero-Diciembre, 279-283

Tapia, A. (2016). La radio en Internet es la emisión no lineal, el receptor online no escucha un programa de radio desde el principio, de forma lineal (Pág., 30)

Tapia, A. (2016), La radio en el otro lado del tiempo, Madrid, España. Business & Marketing School.

Piñeiro, T. F. Ramos, marzo (2003). El Complejo salto de la radio convencional a la webradio. usos y percepciones de los universitarios. Revista de Comunicación Vivat Academia ISSN: 1575-2844

Valdés, B. (2013). La radio. Un salto de la web al móvil, que pasa por las redes sociales. Chasqui, No. 123. Pág. 27-33.

Videla-Rodríguez, J. J., & Piñeiro-Otero, T. (2012). Apps de radio: movilidad para un medio radiofónico sin límites. Prisma. com, (17), 1-7.

Videla Rodriguez, J. J. (2013). La radio móvil en España. Tendencias actuales en las apps para dispositivos móviles. Palabra-Clave, 16(1), 129-153.

X, Francesc y G, Ribes. Las emisoras de radio del estado español en internet las bitcasters. Pag 2 Pineda, Migdalia (2012). «Nuevas aproximaciones teóricas de la comunicación en un entorno posmoderno».

Zabala Ayala, S. A. (2013). Radio Online Alternativa como Medio Difusor de Saberes en la Extensión Universitaria Venezolana. Revista Brasileira de Políticas de Comunicação, 1(3).