



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA DE PERIODISMO

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADAS EN PERIODISMO

TEMA

ADAPTACIONES Y CAMBIOS DE LA RADIO EN EL CONTEXTO

DIGITAL

TUTOR

Mgtr. JOSÉ OMAR VILLAVICENCIO SANTILLAN

AUTORES

ALEXANDRA ELISA REINOSO JARAMILLO

EMILY ANDREA REINOSO JARAMILLO

GUAYAQUIL

2024

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Adaptaciones y cambios de la radio en el contexto digital	
AUTOR/ES: Alexandra Elisa Reinoso Jaramillo Emily Andrea Reinoso Jaramillo	TUTOR: Mgtr. José Omar Villavicencio Santillan
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Licenciadas en Periodismo
FACULTAD: Ciencias Sociales y Derecho	CARRERA: Periodismo
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2024	N. DE PÁGS: 80
ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e información	
PALABRAS CLAVE: Información y comunicación, Industria de la información, Agencia de noticias	
RESUMEN: La presente investigación tiene como objetivo brindar una caracterización de los proceso y cambios que la radio ha presenciado dentro de los procesos de adaptación digital, tomando como referencia que la misma, en el contexto actual tiene una diversificación de entornos para publicar y su auge no se encuentra afectado o discontinuado, ya que se ha adaptado a los nuevos formatos de trabajo y otros medios han visto en la misma proyectos y propuestas de trabajo. El enfoque investigativo del presente trabajo es de orden cualitativo, enfocado en dos objetos de estudio Radio Redonda y Radio Sucre como elementos de análisis	

y caracterización de sus procesos, se realizó una ficha de observación y se caracterizó los resultados a través de un esquema de análisis y comparación de lo que hoy la radio genera como medio informativo Multimedia y transmediatico.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (Web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Reinoso Jaramillo Alexandra Elisa Reinoso Jaramillo Emily Andrea	Teléfono: 0994776522 0994027968	E-mail: sreinosoj@ulvr.edu.ec ereinosoj@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Mgtr. Adriam Camacho Domínguez Teléfono: (04) 259 6500 Ext. 250 E-mail: acamachod@ulvr.edu.ec Mgtr. Evelin Cadena Chila Teléfono: (04) 259 6500 Ext. E-mail: ecadenach@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE SIMILITUD

ADAPTACIONES Y CAMBIOS DE LA RADIO EN EL CONTEXTO DIGITAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

7 %	7 %	5 %	6 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	dspace.ueb.edu.ec Fuente de Internet	1 %
2	moam.info Fuente de Internet	1 %
3	www.slideshare.net Fuente de Internet	1 %
4	repositorio.unemi.edu.ec Fuente de Internet	1 %
5	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	1 %
6	estafanigarcia.blogspot.com Fuente de Internet	1 %
7	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD Trabajo del estudiante	<1 %
8	juristasdeecuador.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 20 words

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Las estudiantes egresadas **Alexandra Elisa Reinoso Jaramillo** y **Emily Andrea Reinoso Jaramillo**, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente Trabajo de Titulación, **Adaptaciones y cambios de la radio en el contexto digital**, corresponde totalmente a las suscritas y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos) los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autoras

Firma: *Alexandra Reinoso*

Alexandra Elisa Reinoso Jaramillo

C.I. 0952347672

Firma: *Emily Reinoso*

Emily Andrea Reinoso Jaramillo

C.I. 0952347516

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL DOCENTE TUTOR

En mi calidad de docente Tutor del Trabajo de Titulación **Adaptaciones y cambios de la radio en el contexto digital**, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Trabajo de Titulación, titulado: **Adaptaciones y cambios de la radio en el contexto digital**, presentado por las estudiantes **Alexandra Elisa Reinoso Jaramillo y Emily Andrea Reinoso Jaramillo** como requisito previo, para optar al Título de Licenciadas en periodismo, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

Mgtr. José Omar Villavicencio Santillán

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios quien me da fuerza para seguir en la vida y no rendirme, a mis padres quien me han dado la oportunidad de tener una buena educación, quienes han inculcado buenos valores y son un pilar fundamental para mí, a mi tía Karol Ordoñez quien fue en soporte en muchas dificultades.

Agradezco también a cada uno de los docentes quienes impartieron sus conocimientos en las aulas con paciencia.

Alexandra Elisa Reinoso Jaramillo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres quienes se han sacrificado para poder darme educación y prepararme en la vida, quienes con sus consejos y apoyo han hecho de mí una mejor persona, y me han dado la fuerza para no caer en los momentos duros y a Dios quien nunca me abandona.

También quiero agradecer a todos los que fueron parte de mi formación como profesional en la universidad tanto docentes y compañeros.

Agradezco a mi tutor Mgtr. Omar Villavicencio por su paciencia en la realización de esta tesis.

Emily Andrea Reinoso Jaramillo

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a Dios quien es mi Padre Celestial que me cuida en todo momento y a mi madre Sandra Marlene quien siempre confió en mí y me apoyó en estos años y por último quiero dedicar esto a mi padre David Alfonso quien fue sustento económico y anímico para toda la familia. Los amo.

Alexandra Elisa Reinoso Jaramillo

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres, David y Marlene quienes me apoyaban siempre, quienes a lo largo del camino fueron y son luz para mi vida.

Emily Andrea Reinoso Jaramillo

ABSTRACT

The objective of this research is to provide a characterization of the processes and changes that the radio has witnessed within the processes of digital adaptation, taking as a reference that, in the current context, it has a diversification of environments to publish and its rise is not affected or discontinued, since it has adapted to new work formats and other media have seen projects and work proposals in it. The investigative approach of this work is qualitative, focused on two study objects Radio Redonda and Radio Sucre as elements of analysis and characterization of their processes, an observation sheet was made and the results were characterized through an analysis scheme and comparison of what radio generates today as a multimedia and transmedia information medium.

Keywords: Information and communication, Information industry, News agency

ÍNDICE GENERAL

1	ENFOQUE DE LA PROPUESTA.....	3
1.1	Tema.....	3
1.2	Planteamiento del Problema:	3
1.3	Formulación del Problema	5
1.4	Objetivo General	5
1.5	Objetivos Específicos.....	5
1.6	Idea a Defender (investigaciones cualitativas o mixtas) / Hipótesis	5
1.7	Línea de Investigación Institucional / Facultad.....	6
2	MARCO REFERENCIAL	7
2.1	Marco Teórico:	7
2.1.1	Teorías y autores planteados	7
2.1.2	Antecedentes investigativos	8
2.2	Contexto histórico de la radio clásica.....	8
2.3	América latina y el surgimiento de la radio.....	10
2.4	La radio y sus géneros de trabajo	16
2.4.1	Géneros Radiofónicos	16
2.4.2	Innovación en los géneros radiofónicos.....	17
2.5	Entornos digitales y contextos multiplataforma	17
2.6	Contextos Multiplataformas o Transmedia.....	19
2.7	Spotify como continuidad de la radio moderna	23
2.8	Ventajas de la comunicación multiplataforma	24
2.9	Marco contextual.....	25
2.9.1	Radio Sucre.....	25
2.9.2	La Radio Redonda.....	25
2.10	Glosario de Términos.....	26
2.11	Marco Legal	28

3	MARCO METODOLÓGICO.....	32
3.1	Enfoque de la investigación: (cuantitativo, cualitativo o mixto)	32
3.2	Alcance de la investigación:.....	33
3.3	Técnica e instrumentos para obtener los datos.....	33
3.4	Población y muestra.....	34
3.5	Análisis de los resultados.....	37
3.6	Análisis de las encuestas	47
3.7	Ficha de Observación	48
3.7.1	Medios analizados.....	48
3.7.2	Ficha de Observación Radio Sucre	49
3.7.3	Ficha de Observación La Radio Redonda	52
3.7.4	Análisis de la ficha de observación.....	55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Instrumentos de recolección.....	33
Tabla 2. Filtro - Sexo.....	37
Tabla 3. Plataforma de consumo medios analizados.....	38
Tabla 4. Características de contenido y programación “La Radio Redonda”.....	39
Tabla 5. Características de contenido y programación “Radio Sucre”.....	40
Tabla 6. Adaptación versión clásica-digital “La Radio Redonda”.....	41
Tabla 7. Adaptación versión clásica-digital “Radio Sucre”.....	42
Tabla 8. Finalidad de Medios Mixtos-Duales.....	43
Tabla 9. Mejoras Radio Virtual.....	44
Tabla 10. Plataforma de mayor consumo digital.....	45
Tabla 11. Programación radio digital nacional.....	46
Tabla 12. Ficha de observación Radio Sucre digital.....	49
Tabla 13. Ficha de observación La Radio Redonda Digital.....	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Tabla 1. Instrumentos de recolección.....	33
Tabla 2. Filtro - Sexo.....	37
Tabla 3. Plataforma de consumo medios analizados.....	38
Tabla 4. Características de contenido y programación “La Radio Redonda”.....	39
Tabla 5. Características de contenido y programación “Radio Sucre”.....	40
Tabla 6. Adaptación versión clásica-digital “La Radio Redonda”.....	41
Tabla 7. Adaptación versión clásica-digital “Radio Sucre”.....	42
Tabla 8. Finalidad de Medios Mixtos-Duales.....	43
Tabla 9. Mejoras Radio Virtual.....	44
Tabla 10. Plataforma de mayor consumo digital.....	45
Tabla 11. Programación radio digital nacional.....	46
Tabla 12. Ficha de observación Radio Sucre digital.....	49
Tabla 13. Ficha de observación La Radio Redonda Digital.....	52

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta.....	63
Anexo 2. Formato de ficha de observación.....	66

INTRODUCCIÓN

La comunicación y el periodismo enfrentan en la actualidad desafíos enfocados, en las nuevas propuestas y proyecciones de cómo se informa o desarrolla una noticia, acontecimiento, o información de último momento, estos cambios han presentado nuevos formatos o esquemas de como una información puede tener relevancia en una sociedad o resaltar, dentro de los diferentes medio o plataformas en los que se distribuye la misma.

Un ejemplo muy claro de estos cambios o desafíos lo ha presenciado la Radio, la cual género en sus inicios una invención revolucionaria, misma que atravesó guerras, cambios de poder y nuevas políticas que dieron origen al mundo y sociedad que hoy conocemos. De la radio de frecuencia corta a transmisiones internacionales, de conciertos o canciones que sonaban al otro lado del mundo a manejar en una sola plataforma como *Spotify*, diversos contenidos independientes y de Mass Medias profesionales, donde la era de la radio digital y el Podcasting reina en los diferentes rincones del mundo, siendo la digitalización de contenidos vital para el resurgimiento de estos medios y su estructura central en el aporte de la comunicación digital o Multiplataforma.

En la era digital, el periodismo tradicional enfrenta desafíos sin precedentes que amenazan su sostenibilidad económica y su capacidad para continuar su funcionalidad, sino existe su visión en la adaptación de nuevas plataformas o su diversificación a la hora de informar o generar contenidos a la sociedad, dado que la transformación digital ha alterado radicalmente los patrones de consumo y ha desplazado los modelos de comunicación tradicionales, lo que ha llevado a una búsqueda intensiva de nuevos modelos o esquemas aplicables de los formatos tradicionales a los transmediales.

En la presente investigación las autoras buscan analizar la caracterización de los medios radiales ante su adaptación y flexibilización de sus formatos dentro del contexto digital, tomando como objetos de estudio a Radio Redonda 99.3 FM y Radio Sucre 700 AM, desde sus plataformas digitales enlazadas a sus estaciones base de frecuencia nacional, tomando como referencia que estos medios nacieron como medios tradicionales y hoy

cuentan con sus diversas plataformas digitales de interacción y proyección informativa multiplataforma.

La estructura de los capítulos se encuentra constituida de la siguiente manera:

Capítulo I: Se plantea la problemática de la investigación, su estructura, objeto de estudio objetivos de trabajo y justificación de su aplicación científica.

Capítulo II: Se define las teorías de trabajo y los autores que sustentan el desarrollo del mismo, permitiendo una revisión bibliográfica de los mismos, para enfocar sus antecedentes y caracterizarlos en el presente trabajo.

Capítulo III: Se aplica el nivel, diseño y metodología investigativas que las autoras han seleccionado para el presente estudio, resaltando que su estructura inicial es de enfoque cualitativo y sus técnicas de recolección se enmarcan en los métodos empíricos.

CAPÍTULO I

1 ENFOQUE DE LA PROPUESTA

1.1 Tema

Adaptaciones y cambios de la radio en el contexto digital

1.2 Planteamiento del Problema:

La radio es uno de los principales medios de comunicación que durante varias generaciones ha brindado información de los diferentes acontecimientos trascendentales del mundo moderno, es bajo ese esquema y utilidad que lo han convertido en uno de los medios más recursivos y aplicables en lo que respecta al periodismo clásico. Los formatos, recursos, géneros periodísticos y tendencias informativas son solo algunos de los rasgos que constituyen a la radio como pionera de los principales elementos que estructuran las bases de la información actual, permitiendo de esta forma mirar siempre en la historia que se ha realizado para poder entablar mejoras en propuestas o proyectos actuales.

Con el asentamiento de las nuevas tecnologías de la información nacieron nuevas tendencias y formas de consumir la información por parte de los radioescuchas, que posterior se han convertido en prosumidores digitales, siendo la inmediatez, tendencia y acompañamiento de contenidos características principales de lo que hoy se denomina *trending*, o la búsqueda de una base de datos para constituir una investigación como *Big Data*, lo que lleva a considerar que el ejercicio informativo se encuentra en una constante evolución y adaptación de sus procesos clásicos en acciones que unifican varios procesos en uno solo volviéndolos más utilitarios para un acceso más directo de la información con los públicos o grupos objetivos de cada medio que lo adquieran.

Internet modificó la forma de construir y presentar contenidos en el contexto del periodismo clásico y moderno, obligándolos a generar una adaptación en nuevos formatos y soportes para expresar nuevos espacios de interacción y búsqueda de información, donde el soporte de todo análisis y noticia este en convergencia mediática, en el caso de la radio tradicional o clásica de señal abierta por ondas hercianas, su transición o adaptación fue

paulatina hacia el contexto multiplataforma, convirtiéndola hoy en un referente del ejercicio comunicación digital (Sánchez-Gey & Cárdenas-Rica, 2021)¹.

Autores como Ruiz-Gómez & Legorburu-Hortelano (2023)², destacan que las proyecciones generadas en post de la radio como medio que no se adaptaría a las nuevas tendencias digitales de la información no fueron correctamente fundamentadas, ya que desde el año 2001 con el surgimiento del podcasting, se ha generado un auge exponencial de la era de la afluencia, donde en las últimas dos décadas se dieron todas las circunstancias y herramientas para que esto sea posible, a través de la creación de smartphones, conectividad multimedia y desarrollo de aplicaciones que trabajan para y por la radio, destacando que hoy, todo el mundo quiere que su voz e imagen sea escuchada, enfocándose no en lo atractivo o melodioso de su entonación, sino en la puesta en escena de contenidos y relatos novedosos, el storytelling y Storyline son las nuevas voces y herramientas del relato audiovisual.

Bajo este escenario las autoras del presente trabajo centran su estructura investigativa en la postura del autor Franco de Prado (2016)³, donde destaca que con la llegada de la convergencia multiplataforma la radio evoluciona bajo sus propios escenarios, ya que aunque el contenido sigue siendo el mismo, su forma de distribuir el contenido y de percibir ingresos tanto monetarios como informativos cambió, permitiéndoles en la actualidad conocer cifras exactas de sus oyentes en vivos, facilitando su conectividad y distribución de temáticas que generen tendencia, desde cualquier dispositivo a cualquier hora.

Bajo estos antecedentes el presente estudio tiene como objetivo caracterizar las adaptaciones generadas por la radio en función de su contexto y transición digital, que la convierte en la actualidad en un medio convergente e híbrido con todas las plataformas y formatos periodístico, dentro del contexto nacional se tomara como referencia o caso de análisis Radio Redonda y Sucre, pertenecientes a la ciudad de Guayquil y las cuales se caracterizan por nacer como medios tradicionales y compartir espacio entre lo virtual y clásico, como referencia de sus formatos de trabajo y conectividad.

Radio “La redonda” cuenta con 37.4k de seguidores en su cuenta de Instagram y en su cuenta de Tik Tok tiene 9k de seguidores, Radio Sucre cuenta con 29.2k de seguidores en su cuenta de Instagram y en Tik Tok 91.4k seguidores. Bajo estos datos referentes la presente investigación se encamina como estas radios se proyectaron a la gestión multiplataforma de contenidos y las tendencias digitales, que demandan los oyentes de sus programación.

1.3 Formulación del Problema

¿Cómo influyen las plataformas multimediales en la gestión de contenido y adaptabilidad de los medios Migrantes nacionales como Radio Redonda y Radio Sucre en la ciudad de Guayaquil?

1.4 Objetivo General

Determinar la incidencia generada por los medios migrantes como Radio Redonda y Radio Sucre en las plataformas multimediales, ante la gestión de contenidos y adaptabilidad de sus audiencias en la ciudad de Guayaquil

1.5 Objetivos Específicos

Definir las bases teóricas que sustenten la investigación y su aplicabilidad en el contexto digital de la radio y su adaptación ante los cambios de ejercer el periodismo multiplataforma.

Identificar cuáles son los principales referentes de adaptación y cambios generados por la radio en el contexto digital.

Detallar la finalidad del desplazamiento de adaptaciones y cambios radiales a los canales digitales o plataformas Multimediales de los objetos de estudio.

Exponer los principales cambios y competencias que la radio presenta ante la adaptación en el contexto digital y su incursión de los procesos de comunicación multiplataforma streaming.

1.6 Idea a Defender (investigaciones cualitativas o mixtas) / Hipótesis

La radio se ha caracterizado por su formato de presentación y la diversidad de sus propuestas informativas, su adaptación a los y desplazamiento dentro de los entornos multiplataforma la convierte en la

actualidad como el medio más recursivo del periodismo y con mayor participación dentro de los géneros digitales, del actual quehacer de la comunicación digital, a nivel nacional y global.

1.7 Línea de Investigación Institucional / Facultad.

Sociedad Civil, derechos humanos y gestión de la comunicación.
(Facultad de Ciencias Sociales y Derecho).

CAPÍTULO II

2 MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco Teórico:

2.1.1 Teorías y autores planteados

Para la presente investigación las autoras han designado dos teorías de trabajo que engloban la proyección de la adaptación de los medios tradicionales a los digitales, la primera es la “Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones” de Scolari (2015)⁴, donde se destaca la proyección e integración de la terminología “Media Ecology” o ecología de los medios, el cual sustenta la proyección de como los medios tradicionales adaptan sus cambios y necesidades a través de la inclusión o adaptación de las nuevas tendencias, viendolo desde una optica neurologico, seria como el proceso de sinapsis en las celulas, donde se adaptan y dividen en el entorno que los rodea.

La segunda teoría planteada es la de “Comprender los Medios” o “Understanding Media”, del autor McLuhan (1996)⁵. Donde se destaca que los medios interactúan entre sí, de forma específica detallando que la radio cambió la forma de las noticias tanto como alteró la imagen en las películas sonoras. McLuhan resume esta segunda concepción de la metáfora ecológica en uno de sus famosos aforismos: «ningún medio adquiere su significado o existencia solo, sino exclusivamente en interacción constante con otros medios.

Bajo estas dos posturas las autoras de la presente investigación, desarrollan su estructura teorica definiendolas como reglamos de trabajo en el marco teorico, partiendo de la proyección que el autor McLuhan plantea en que los medios interactuan entre si , destacando que ningun medio adquiere su significado por si solo, sino que tiene que interactuar para generarlo, llegando al segundo punto de trabajo que corresponde al autor Scolari donde adapta la postura de comprender los medios, direccionandola a una ecologia de medios, enfocadas en las potencialidades de cada uno y su proyección en las nuevas tendencias de trabajo y plataformas de información, por tanto se

considera pertinente el planteamiento de estas dos posturas y se relaciona su funcionalidad en la presente investigación.

2.1.2 Antecedentes investigativos

Dentro de los antecedentes investigativos se destaca a Guarnizo et al., (2022)⁶ a través de su investigación “ La transformación del periodismo hacia las plataformas digitales” donde se desarrolla el alcance que ha generado la digitalización dentro de los medios informativos y su proyección de trabajo actual, clasificando procesos, propuestas informativas y su migración de contenidos y formatos adaptados al algoritmo de cada plataforma o bloque digital donde se proyectaran como medio transmedia.

Villaroel Silva et al., (2022)⁷ destaca en su investigación “ La construcción de discursos en medios de comunicación digital y su influencia en el lector”, la importancia que generan los medios en su estructura discursiva, la cual caracteriza en la actualidad a los medios sociales o multiplataforma, tomando en consideración que los principales elementos de trabajo nacen de la estructura clásica del periodismo y se adapta y renova en el periodismo o comunicación transmedia.

Aguirre Mayorga (2024)⁸ en su investigación “Periodismo transmedia y redes sociales: un análisis de las narrativas en medios digitales en Ecuador”, se puede evidenciar la evolución de los medios nacionales dentro del actual contexto digital, tomado como referencia los procesos de adaptaciones, los cambios generados por las nuevas tendencias y proyecciones que demanda el consumo informativo en el país, las adaptaciones de los medios poseídos y el auge de los nuevos medios que buscan ganar un espacio significativo en el desarrollo de nuevas propuestas y auge de los medios crecientes.

2.2 Contexto histórico de la radio clásica

La historia de la radio inicia con los primeros intentos de transmitir ondas electromagnéticas a finales del siglo XIX, cuando Marconi transmitió señales de radio en 1895. Desde entonces, la radio se ha utilizado como medio para transmitir información, pero con el tiempo se le ha ido añadiendo música, noticias y entretenimiento, y ha evolucionado con los cambios en la tecnología y los hábitos de consumo de medios (Foundation Radio Heritage, 2004)⁹.

Para el año 1895, el italiano Guglielmo Marconi realizó los primeros experimentos exitosos en la transmisión de señales de radio, que llevaron a la creación de un sistema de comunicación por radio a largas distancias. En 1901, Marconi envió la primera señal de radio transatlántica, es decir, utilizando una antena remota. La radio es una herramienta de comunicación que se ha utilizado durante más de un siglo para transmitir información, música, noticias y entretenimiento. Su popularidad creció increíblemente durante la Primera y Segunda Guerra Mundial, como batería ayudó tanto a los soldados a recibir información sobre la situación del conflicto como a las familias a conocer la situación del conflicto. 1920. Se empezó a utilizar la radio, utilizado comercialmente en los Estados Unidos. Las estaciones de radio comenzaron a transmitir noticias y la radio se convirtió en un medio de comunicación de masas. Durante esta época la radio se hizo popular y se convirtió en una importante forma de entretenimiento y una herramienta de propaganda política.

Briggs & Burke (2009)¹⁰ destacan que durante la Primera y Segunda Guerra Mundial, la radio desempeñó un papel crucial en la difusión de noticias y propaganda. Hilmes (2017)¹¹ menciona también que las emisoras de radio transmitían informes de la guerra, proceso, noticias, boletines y desde 1917 entra a la radio la propaganda, transmitiendo discursos políticos, actualizaciones de combates y discursos políticos para mantener a la población informada y elevar la moral, con palabreos, en tiempos de crisis y conflictos.

La radio fue durante un tiempo el medio de comunicación más importantes con los soldados, en particular su ubicación y hacia dónde se dirigían se compartían mediante señales especiales entre sus medios de comunicación. La invasión de nuevos soldados y sus complejos movimientos, para determinar que durante la gran guerra conocieron sus usos especiales y supieron utilizar las herramientas que consideraban una prueba de herramientas de comunicación. e información.

2.3 America latina y el surgimiento de la radio

La historia de la radio latinoamericana es rica y abarca un largo período de tiempo. Desde las primeras transmisiones experimentales en la década de 1920 hasta el advenimiento de la radio comercial y su evolución hacia la era digital, la radio ha desempeñado un papel importante en la vida de las personas de toda la región. Los primeros pasos de la radio en América Latina provinieron de la influencia estadounidense y europea. Países como Argentina, Brasil, México y Uruguay llevaron a cabo experimentos preliminares de radiodifusión en la década de 1920. La primera estación de radio en América Latina fue XWA en la Ciudad de México, que comenzó a transmitir en 1932 (Calvo, 2014)¹².

A medida que la tecnología en la zona o área radiofónica se desarrollaba, se establecieron más estaciones en toda la región, durante las décadas de 1930 y 1940, la radio se convirtió en un medio de comunicación popular y casi accesible para las masas. Se fundaron emisoras importantes en países como Argentina, Brasil, Chile y Colombia, si bien es cierto que la mayoría de las ocasiones lo que viven los países europeos y norteamericanos, se plasma en Latinoamérica con una diferencia de 5 a 10 años, por ese motivo se utilizó el mismo método de la Alemania Nazi y se empezó a usar la radio como medio de propaganda (Martin-Barbero & Rey, 1997)¹³.

Argentina

En las décadas de 1930 y 1940, algunos gobiernos de América Latina utilizaron la radio como medio de propaganda política. En Argentina por ejemplo el gobierno peronista utilizó la radio para difundir su ideología y mantener el control sobre la información y quizás por eso todavía se habla en Argentina del gobierno de Juan Domingo Perón y Eva Perón porque en la radio se escuchan mensajes urgentes de su gobierno, construyendo narrativas nacionales.

Lindenboin & Federico Mario (2013)¹⁴ destacan que :

Perón creía que los medios de comunicación eran una herramienta importante para transformar la sociedad y crear una relación sistémica entre el Estado y su pueblo Esta es una de las acciones que se hacen a

nivel sudamericano, donde usan los medios de comunicación, incluida la radio, y se vuelven parte del país, y luego empiezan a grabar y publicar documentos que respaldan solo al gobierno de turno o en algún momento, es ahí donde los gobiernos pueden convertirse en dictaduras. (p.14)

Chile

En este punto es necesario puntualizar que, en los países del sur del continente, la radio también se utilizó como medio de resistencia y cambio social, para las décadas de 1960 y 1970, se establecieron estaciones de radio clandestinas en países como Argentina y Chile para transmitir mensajes políticos y apoyar movimientos sociales (Jaramillo, 2008)¹⁵.

Bajo este punto de la historia Chile vio cambios importantes en la política y la sociedad que afectaron claramente la economía y sentaron las bases para el posterior crecimiento de Salvador Allende y el Gobierno de Unidad Popular. En la década de 1960, Chile entró en un proceso de desarrollo económico y modernización conocido como "El camino de Chile al socialismo", durante ese período se implementaron políticas de industrialización, reformas agrarias, mejoras en la educación y la salud, pero estas transformaciones también crearon tensiones y conflictos sociales, especialmente entre las clases más conservadoras y los movimientos de izquierda (Aguilar, 2010)¹⁶.

Para el año de 1970, el líder del Partido Socialista Salvador Allende fue elegido presidente de Chile, convirtiéndose en el primer presidente socialista elegido democráticamente en América Latina, su gobierno implementó una serie de reformas socialistas, incluida la nacionalización de industrias clave, la redistribución de la tierra y la expansión de los derechos laborales. Estas medidas provocaron un intenso debate y polarización en la sociedad chilena, sin embargo, la presidencia de Allende también enfrentó una fuerte oposición de los conservadores y las fuerzas armadas, así como presiones externas, especialmente de Estados Unidos, esos factores contribuyeron a aumentar la inestabilidad política y social en el país (Davis, 2014)¹⁷.

Ecuador

La radio en Ecuador ha sido un medio de comunicación en las celebraciones del centenario del país, y su uso ha sido significativo desde su introducción al país en 1925. La historia de la radio en estos tiempos es que uno de los aparatos de la casa era de la clase alta o élite de la época. Los dispositivos suministrados en estas viviendas tienen como único fin la distracción y entretenimiento de quienes prefieren caminar por las calles coloniales de las ciudades de Quito y Guayaquil.

Los primeros lugares del país fueron experimentales, no eran profesionales, porque la gente que los utilizaba estaba interesada en la robótica, la mecánica y la electricidad. El 13 de junio de 1929, la primera emisora de radio que inició oficialmente sus transmisiones se llamó Radio El Prado (Radio El Prado), ubicada en Riobamba, en la provincia de Chimborazo. Fue inesperada la llegada, inspiración y creación de otras estaciones de radio en el Ecuador. Es una rareza de la historia que actualmente no existan registros de otros países que demuestren que las primeras estaciones de radio fueron creadas con un propósito religioso o periodístico. y sindicatos. Si bien la historia documentada de la radio en términos de tiempo es algo escasa, existen muchos textos que señalan que Radio Prado fue una de las pioneras en el país, mientras que otros la identifican como Radio París, que se estableció en 1926 como el principal destino de transmisiones de radio. una plataforma que brinda información y entretenimiento.

Con transmisiones locales y extranjeras (internacionales), esta estación puramente experimental sentó las bases para la radiodifusión moderna. La historia es la siguiente: Radio París HC2FA en Las Peñas, Guayaquil fue fundada por su propietario, el Dr. El barrio Francisco Andrade Arbaiza (Las Peñas), que casualmente era la casa de Luis Vernaza Lazarte, donde se inventó un dispositivo para eliminar la electricidad estática. En ese ambiente, no sólo siguieron a la Argentina y tocaron famosas óperas europeas, sino que también comenzaron a crear monólogos utilizando sus viajes y anécdotas para compartir con el público. Andrade construyó un modelo de transmisor que, según los archivos, tuvo muchos problemas de interrupciones, no por el

dispositivo, sino por la inestabilidad del sistema eléctrico de grabación de la época, y porque la gente lo usaba durante el día, pero grababa a horas. La noche fue más eficiente. Lo mismo ocurre con las tardes, por lo que es mejor realizar el espectáculo a esas horas.

En cuanto a los horarios, debido a que todos eran personas sin experiencia que crearon Frecuencia por pasión por la mecánica y no tenían experiencia en comunicación, ejecutaron semanas de programación sin horario, contenido o continuidad en secuencia, programa o nombre como referencia al programa o logo, no son más que un hobby, pero fue del lado del director, porque desde el lado del consumidor, era la mejor experiencia en ese momento escuchar música clásica de Europa y se entretenían escuchando a alguien contar su historia, como un médico y un mecánico

En 1929 nació en Quito una estación de radio igualmente experimental llamada "Radiodifusora Nacional", HC1DR, una estación de radio promovida por el estado que, al igual que Colombia, fue creada para promover la cultura musical de Quito, artistas nacionales del Ecuador y eventos importantes que sucedían en Quito como noticias generales, noticias deportivas y más, la desventaja de esta frecuencia es que solo cubría la ciudad y no más allá del propósito de su uso, cada individuo se unía para escuchar la música clara de orígenes y facetas ecuatorianas mientras se comunicaba en familia. Se desconocen sus fundadores, pero se sabe que fue construida por César Semanat y Victoriano Salvador, dos amigos que reparaban y organizaban la radio, después de 6 años en el aire todavía tenían el equipo correcto funcionando perfectamente, claro estaba cerrado en su momento, pero no del todo ya que lo abrieron en una fecha especial. Se destacó que no fue hasta 1940 que el país decidió no ser una emisora experimental, sino convertirse en la principal emisora de prensa del estado o gobierno, y así nació la Radio Nacional del Ecuador (Yaguana & Marin, 2023)¹⁸.

Las primeras estaciones de radio se establecieron durante el mandato constitucional o presidencial de Isidro Ayora en las décadas de 1929 a 1939, cuando el país atravesaba una crisis económica extrema con recursos limitados y porque las exportaciones al exterior habían disminuido y en

ocasiones estaban paralizadas. El sector productivo tanto público como privado, también se cerraron algunos bancos porque las reservas se agotaron masivamente, es decir, la crisis interna en el Ecuador era muy grave, la cartera nacional estaba en crisis, sus exportaciones, el consumo, Sucre en ese momento estaba como eso. con dólares estadounidenses, por lo tanto, el aumento comparativo no se refleja en las compras al país, cabe recordar que el presidente Ayora cumplió dos mandatos en la república, el primero de 1926 a 1929 como jefe de la república o presidente interino y el segundo de 1929 a 1931 como presidente constitucional de la república.

Fue conocido como uno de los primeros presidentes en suprimir la libertad de expresión debido a su temperamento autoritario progresista, enérgico y de gran voluntad. A lo largo de la historia, se le conoce como un presidente franco que habla mal de su gobierno o de sus acciones ante los medios de comunicación, por lo que cerró periódicos en Guayaquil y Quito, restringió repetidamente la libertad de expresión y condenó a prisión a cualquiera que protestara por su posición y misión. Recuerden que estamos hablando de Isidro Ayora.

Según Yaguana & Marin (2023), durante los siguientes 10 años, se establecieron 17 estaciones de radio en diferentes partes del Ecuador, en 1929 se fundó Radio El Prado en la provincia de Chimborazo, Radio Ecuador en 1930 en la ciudad de Guayas y HCJB la Voz de los Andes en 1931 en la provincia de Pichincha. Así, en 1932 y 1933 se constituye en la provincia de Guaya Radio Quinta Piedad y Radio Voz del Litoral. Azuay abrió su primera emisora de radio, Radio Voz del Tomebamba, en 1934, pero para 1935, Pichincha y Guayas contaban con el mayor número de emisoras: Radio el Palomar, Radio América, Radio El Telégrafo, Radio Ortiz. En 1936 se crean cuatro emisoras de radio más en la misma provincia: Radio Bolívar, Radio Ondas del Pacífico, HIRSA., Radio La Voz del Alma, y en 1938 abre su propia emisora en Pichincha con el mismo nombre de la Provincia. Se fundan Radio Nariz del Diablo y Radio Colon.

A partir de finales de la década de los 20's, Riobamba experimentó un periodo de esplendor impulsado por diversas actividades que le otorgaron

reconocimiento a nivel nacional, sus culturas y tradiciones, y el termino de tierra bendita por todos sus frutos y diversidad de flora, la hicieron rápidamente una ciudad destacable. La Radio El Prado se estableció como una estación no comercial, despertando curiosidad en el público y dándoles una expectación igual. Su programación se centraba únicamente en la música y cultura, un poco parecida a la historia ya mencionada en Colombia y Argentina, pero con el tiempo incluyo en sus emisiones la difusión de noticias y también incluyeron las transmisiones deportivas.

En sus inicios musicales presentaban de todo un poco, es decir, melodías nacionales e internacionales con diferentes intérpretes, bandas militares o artistas con diferentes instrumentos como la guitarra y piano, o el clarinete, bandolín, arpa e incluso violín y marimbas. Uno de los complementos que realzaron la radio fue la recitación de poemas de diferentes autores, complementaban la programación con recitaciones de poemas en vivo y eran escogidas de acuerdo con las características de cada programa y su horario de transmisión.

Radio El Prado dejó un impacto significativo en Ecuador y se considera un hito en la historia del país, según Álvaro San Félix en 1991. Además de ser una de las pioneras radiodifusoras, fue la primera en empezar a formarse como empresa de grabaciones de discos de aluminio en Ecuador, donde diferentes artistas que eran reconocidos en aquella época grabaron sus discos en Radio El Prado como Carlota Jaramillo (1904-1987), conocida como la reina del pasillo, Plutarco y Rubén Uquillas, entre otros dúos y solistas que usaron estas cabinas para la grabación de sus discos.

El Prado tuvo una popularidad tan grande que se extendió a todo el Ecuador, pero también llegaban al extranjero. El personal de la emisora recibía cartas de la audiencia que indicaban su cariño y sintonía a la radio, pero también los comentarios del impacto que estaban teniendo porque eran cartas de todos lados, pues parte de su éxito era porque en varias ocasiones, se convirtió en un enlace entre radios internacionales, especialmente durante eventos de gran relevancia. Los enlaces más frecuentes se establecían con radios de Colombia por su cercanía, pero después se unieron, Argentina,

Estados Unidos y Holanda. La emisora continuó transmitiendo hasta 1939, año en que el reconocido ingeniero Cordobés viajó a Estados Unidos, es aquí donde el fundador de la Radio El Prado, el 21 de septiembre de 1979, falleció, quien deja un gran legado en la escena de la radiodifusión del Ecuador.

Actualmente en el Ecuador funcionan alrededor de 789 emisoras radiales, tanto de frecuencias o dial, en AM o FM, como también radio online. De las cuales hay unas frecuencias que empezaron a migrar sus contenidos a internet, haciendo un complemento de información y revisión de información, es decir, lo que el radioescucha o audiencia al momento de informarse escucha en la radio y quiere informarse al respecto, utiliza su página web o red social para colgar videos o noticias extendidas sobre los temas ya mencionados, es decir, es una narrativa transmedia, pero no migran por completo, solo transforma su manera de comunicar el mensaje en diferentes herramientas de la comunicación, como textos, prensa, videos y para que la audiencia entre a ellos, lo escuchan primero y en esa transición, hacen invitaciones o publicidad de usar su sitio web también para informarse al respecto de diferentes noticias.

2.4 La radio y sus géneros de trabajo

La radio es un medio de comunicación que envía sonidos mediante ondas, es el medio de mayor acceso, pues llega con facilidad a personas de toda clase social en el mundo. Sus principales características son la inmediatez y el contacto muy personal que tiene con su audiencia. La historia de la radio tiene variedades de hipótesis ligadas a distintos nombres que han colaborado con diferentes teorías sobre el surgimiento de dicho medio de comunicación.

2.4.1 Géneros Radiofónicos

Los géneros radiofónicos son los más importantes para la producción de un programa, puesto que estos permiten tener un amplio repertorio en su parrillada radial, los géneros radiofónicos son grandes clasificaciones de la producción, que trascienden la misma radio, pero que asumen formas particulares por las características del lenguaje de este medio. Los géneros son “modelos” que implican leyes de producción y crean hábitos de percepción.

2.4.2 Innovación en los géneros radiofónicos

Actualmente es común ver la inclinación de combinación de los géneros, lo cual es inconcebible, por esto se han innovado para que no sea planteado como tal, sino como un acercamiento, y para ello se ha dispuesto una clasificación de géneros y subgéneros radiofónicos.

Según los amplios campos de contenido se dispone la siguiente clasificación:

- **Géneros de ficción.** - Derivan de los géneros literarios, parten de la creatividad de sus productores y se plasma en grabaciones dramatizadas, dichas grabaciones anteriormente eran grabadas en vivo, y en la actualidad son pregrabadas.
- **Géneros realistas o informativos.** - Abordan temas noticiosos, su principal objetivo es dar a conocer hechos relevantes de manera objetiva, clara y concisa.
- **Géneros publicitarios.** - Se encargan de promocionar un producto o personaje determinado dentro del medio.
- **Géneros musicales.** - Comprenden diferentes espacios dedicados únicamente a la música, además brindan información acerca de cantantes y nuevas producciones discográficas.
- **Géneros de variedades.** - Se puede manifestar mediante concursos entre dos o más participantes, se caracteriza por entretener a la audiencia y a su vez tienden a ser humorísticos.
- **Géneros educativos.** - Impulsan la difusión de contenidos válidos que sirvan para la adquisición de nuevos conocimientos por parte de la audiencia.

2.5 Entornos digitales y contextos multiplataforma

El hecho que la comunicación digital o dicho, en otros términos: el acceso a información mediante el uso del internet, ya no es actualmente ninguna novedad. Lo que sí es razón de análisis es el cómo a pesar de tener paso a esta

herramienta de múltiple complejidad, que ya es parte elemental en la vida diaria, no se la use como un elemento que lleve a un desarrollo comunitario mediante un buen uso

Las personas en el mundo han marcado una ruta hacia el crecimiento y desarrollo como sociedad de diferentes formas, pero todas estas formas llevan un nombre “tecnología”. La tecnología, que ha ido evolucionando a raíz de una necesidad concreta, ha terminado por estar a disposición de cada uno de los habitantes. Esto debido al crecimiento de los sistemas urbanos y el desarrollo económico, industrial, comercial, cultural y personal que ha ido existiendo con el paso del tiempo.

En el tiempo actual existe algo conocido como la revolución tecnológica, donde cada cosa existe por el fin de sí mismo, ya no tanto para resolver una necesidad concreta o tal vez ahora se ve cualquier cosa como una necesidad que debe ser resuelta.

Una de las más importantes necesidades a resolver es la comunicación, donde hasta ahora se ha conseguido un sin números de medios para encontrarse desde el lugar en el que estemos. Lo malo de esta enorme ventaja, es que se ha convertido en una obsesión ya que con tantas facilidades de comunicación se ha creado una dependencia a los medios que permiten mantenernos comunicados.

Con el paso de la nueva tecnología, existe la llamada “comunicación digital”, esta comunicación se basa en dispositivos móviles, de la mano de aplicaciones y conexión a internet, nos provee la capacidad de estar comunicado con muchas personas a la vez y en diferentes partes del mundo. Uno de los fuertes en este ámbito son las llamadas “redes sociales”, que con el paso de cortos lapsos de tiempo, su auge se vuelve mayor.

Este enorme desarrollo de sistemas digitales de comunicación, crea en el humano una nueva necesidad. Como ya se mencionó anteriormente, se desencadena una obsesión vinculada al ocio y la cultura. Entonces estos medios terminan siendo los pioneros en comunicación rápida y eficaz, también dentro del campo de la información. Situaciones en las que antes tardábamos en conocer,

hoy por hoy en pocos minutos tenemos una serie de enlaces, de informes, documentos, videos y todo tipo de mensajes informativos que llegan a nuestra red social de preferencia.

Por esa misma razón cada persona desarrolla una obsesión, que termina amenazando con sensaciones de ansiedad al momento de poder conectarse, porque en el mundo suceden cosas a cada momento y por cada momento que no podamos conectarnos, la comunicación con el mundo exterior se corta y la información no nos llega.

Reflexionando entonces, podemos decir que las nuevas vías de comunicación son una enorme ventaja, pero también debemos destacar que terminan convirtiéndose en obstáculos para otras situaciones, pues dejamos que esta vía nos consuma y apartamos totalmente la manera física. Donde preferimos mandar un texto a la persona que está en la otra habitación para comunicarle algo, en lugar de ir personalmente.

2.6 Contextos Multiplataformas o Transmedia

Es necesario tener en claro las definiciones de los conceptos aplicaciones o Apps y plataforma. Para esto se plantearán los diferentes tipos de términos. La Real Academia Española, RAE, dice que la palabra “Aplicación” que viene del latín applicatio,-onis, significa programa preparado para una utilización específica. A continuación, las aplicaciones digitales más populares que se escuchan en la actualidad que analizaremos son: Apple Music y Spotify.

Apple Music

Apple Music es un servicio de transmisión de música, como su nombre lo indica, fue lanzado por Apple Inc. el 30 de junio de 2015, antiguamente conocida como iTunes Store en abril del 2003, que su servicio revolucionó el mundo de la música en formatos digitales, pues la plataforma permitía a los usuarios comprar y descargar música y convertir la experiencia de descarga más cómoda al usuario para no estar en páginas que podían perjudicar sus datos, pero esta tienda online se convirtió rápidamente en un éxito, cambiando la forma de los consumidores a la hora de escuchar música. El famoso rapero Dr. Dre y el productor Jimmy Lovine eran dueños de Beats Electronics, empresa que en el

2013 Apple adquiere, donde también se compraron no solo los reconocidos auriculares de Beats, sino también el servicio de transmisión de música de Beats Music.

Donde inicia el cambio de iTunes Store y los ya famosos audífonos del iPhone, que con el sistema de Beats, representarían la época de mejora del sonido por auriculares, es así que, en el 2015 se decide lanzar al mercado su propio servicio de transmisión de música, aquí nace Apple Music, mismo que fue presentado en las conferencias anuales de desarrolladores de Apple, en conjunto con el nuevo iPhone 6, 6s y 6s Plus, con unos mejorados audífonos y una nueva plataforma de música, que cambiaría para siempre la forma de escuchar música de los consumidores de productos Apple. Además, Apple Music ofrece a los usuarios acceso a millones de canciones a través de transmisiones línea y permite la descarga de música para escuchar sin conexión, y uno de los contenidos adicionales populares son programas de radio en vivo, plataforma de podcast y plataforma para que los artistas promocionen su música.

El servicio también ofrece un servicio de multiplataforma para aquellos que sean consumidores de su marca, es decir, si eres de esas personas que tienen iPhone, iPad, Mac y otros dispositivos de la marca, podías tener una experiencia extendida, fluida y sincronizada a la vez con todos tus dispositivos, sin necesidad de actualizar el sistema o aplicación del dispositivo, solo deberás emparejar tu cuenta de iCloud y con eso podías disfrutar de la multiplataforma, ya que Apple Music cuenta con más de 30 millones de títulos en su biblioteca y para quien sea nuevo en su mundo o ampliación, te regala tres meses de servicio, meses suficientes donde podrás decidir si esta aplicación es para ti o no.

Spotify

Creada en el 2008 por Daniel Ek y Martin Lorentzon en Estocolmo, Suecia, nace el servicio de transmisión de música en línea Spotify. La creación de esta aplicación nace como una respuesta a la piratería musical que era un gran problema en aquella época que todos empezaban a usar internet y prevalecían en aquel momento y a la solución, sus fundadores, Daniel Ek y Martin Lorentzon, crearon una plataforma que ofrecía acceso legal y fácil a millones de canciones a través de la transmisión en línea. En los países que contaron con su

lanzamiento en octubre de 2008 fueron principalmente los países europeos, iniciando en su país natal, Suecia, pasando por Noruega, Finlandia, Reino Unido, Francia y España. El servicio de Spotify ganó rápidamente popularidad en el mercado de plataformas legales musicales por su gran catálogo musical y su modelo de negocio freemium, es decir, lo que conocemos hoy en día como pruebas gratis y después, como usuarios normales para poder escuchar las canciones de tu preferencia, pero, con la diferencia que escucharías propagandas de la aplicación de una duración de 1 minuto o 30 segundos, sin saltos ilimitados o selección de tu canción favorita, empezaba con la opción de aleatorio.

Algo muy diferente se vivía en la experiencia de los suscriptores de la aplicación, estos podían descargar la música en la aplicación y llevarla a todos lados sin necesidad de usar internet en sus dispositivos o consumir los megas, creación de *playlist* y descargarla, no escuchas publicidades, puedes usarlo el tiempo que gustes o necesites y esto gustó mucho en Inglaterra, donde se volvió viral y los artistas empezaron a subir sus catálogos completos, así los usuarios podían escuchar el contenido de manera ilimitada, pero aunque ya reinaban en Inglaterra, aun no llegaban a su máximo difusor que es Estados Unidos, lugar al que tres años después de su conquista por Europa, pudo llegar también en el 2011 al suelo americano, un hito muy importante para su expansión a nivel global, pues posteriormente, se lanzó en América Latina, Asia y Oceanía.

Lo que hizo destacar a Spotify de las demás competencias es su experiencia al usuario, se enfocó en brindar una experiencia de usuario excepcional, simplemente necesitaba saber cuáles son tus preferencias musicales para después ponerlas en una *playlist* personalizada por artistas, estados de ánimo, estilos musicales, días de la semana, entre otras opciones de reproducción musical en la plataforma. Las recomendaciones basadas en gustos musicales, radios temáticas y seguir a tus artistas para saber cuándo suben contenido nuevo, guardar el álbum o sencillo, acceder a sus productos e incluso saber su agenda de conciertos en su perfil son algunas de las opciones que se difundieron velozmente entre los jóvenes se viralizó y ya para los años 2015, Spotify se volvió un fenómeno de poder facilitar la reproducción musical. A lo largo de los años también ha establecido acuerdos y asociaciones con sellos

discográficos, compañías de medios y artistas, los mismos que han permitido ampliar su catálogo musical, ofrecer contenido exclusivo, colaborar en la promoción de nuevos lanzamientos. Su diversificación de contenido también es amplia, pues se ve en la necesidad de satisfacer a sus usuarios, como podcasts y programas de radio, actualmente ha invertido en la producción y adquisición de contenidos exclusivos que se han vuelto virales en la aplicación, sobre todo, que los mismos consumidores puedan subir sus programas de radio o episodios de podcasts hace que reciban un aumento de demanda. Hace poco Spotify adquiere la plataforma de Anchor, programa que permitía la grabación y edición de podcast, dándote todas las facilidades para poder editar en esa aplicación, ahora que Spotify compró esta plataforma, puedes subir de manera inmediata tus podcasts a la aplicación y, dependiendo de la popularidad de tus episodios, seguidores y también cabe mencionar, dependiendo las leyes que apliquen a tu país, puedes ganar y cobrar de los ingresos y popularidad de tus episodios.

Según la descripción actualizada de Spotify en su página web, ellos responden a ¿Qué es Spotify? "Spotify es un servicio de música, podcast y videos digitales que te da acceso a millones de canciones y a otro contenido de creadores de todo el mundo". Esta ampliación permanece en constante cambio y evolución, es decir, siempre podemos encontrar nuevas características y actualizaciones de música para sus consumidores. También se vincula mucho con el usuario, dando paquetes que puedan ser de fácil acceso para su público, con paquetes de pago desde planes familiares, plan unitario, plan universitario que actualmente es el más utilizado, pues al momento de empatizar con su público objetivo entienden que, al ser estudiantes, probablemente estén gastados con sus estudios o solo estudien y no tengan trabajo, es por eso por lo que brinda su paquete premium con todos los servicios de un plan de \$5.99 a \$2.99. Actualmente sus servicios de Spotify están siendo usados en aquellas emisoras radiales que comparten sus contenidos o programas y lo suben como una alternativa de consumo hacia sus espectadores.

2.7 Spotify como continuidad de la radio moderna

Es importante considerar a la plataforma Spotify ante su crecimiento y trascendencia de su actual popularidad y auge de la radio actual, ya que ambos son medios muy diferentes y tienen sus fortalezas y debilidades. La radio ha sido un medio de comunicación de masas durante décadas y sigue siendo extremadamente popular en todo el mundo. Aunque tiene que competir con la televisión y otras plataformas de medios en la era digital, sigue siendo una forma importante de obtener noticias, entretenimiento y música. Además, las transmisiones se pueden escuchar a través de una variedad de dispositivos, como radios portátiles y vehículos, lo que hace que las transmisiones sean accesibles a una amplia audiencia. Por otro lado, Spotify es una plataforma de streaming de música muy popular en los últimos años. Al hacer que millones de canciones estén disponibles para escuchar en línea sin descargarlas, Spotify ha cambiado la forma en que las personas acceden a la música y ha establecido un nuevo estándar para escuchar música en línea. Además, ofrece una variedad de géneros y artistas con funciones adicionales como listas de reproducción personalizadas y recomendaciones musicales basadas en el historial de escucha. Para obtener un número más aproximado de preferencias, tuvimos que realizar encuestas a expertos en contenidos musicales online.

Un estudio realizado por Entravision Latam , demuestró que el 46% de sus consumidores son Hombres, mientras que 54% de sus consumidores son mujeres las que más consumen la aplicación y, que entre los 18 a 34 años son quienes lideran el consumo de esta aplicación, en total un 38% de consumidores en este rango de edad, también demuestra que la forma de escuchar música a evolucionado, pues el 87% de la audiencia latinoamericana consume audio online y su 32% de ese porcentaje lo escucha de manera diaria. También los datos de consumo, como el dato de que el 50% de los latinoamericanos consumen un mínimo de 2 horas de contenido de audio online por sesión. Los tipos de contenidos evolucionaron, a diferencia de años anteriores el 48% de los encuestados en el 2022 consumen música online a diario, mientras que el consumo de los programas radiales o de podcast, después de la pandemia han mostrado un perfil de consumo de mínimo una vez al mes, es decir, contenido mensual. Con el tema de las generaciones también hay grandes referencias

pues, según sus estudios la radio tradicional ha dejado de ser una opción a la hora de entretener o informar a sus escuchas, pues más del 66% de la Generación Z en América Latina consume música online a diario, mientras que solo el 18% consume radio tradicional con la misma frecuencia y, más del 61% de los Millennials, consumen estas plataformas y solo el 28% de ellos escucha la radio tradicional al igual que los objetos de donde hacen o realizan el consumo, el 46% escucha los contenidos de su preferencia en smartphones, 20% en Pc/Notebooks, 15% en tabletas y un 19% en otros lados, como ejemplo, televisores .

2.8 Ventajas de la comunicación multiplataforma

Dentro de las proyección y beneficios de su utilidad se destacan las siguientes:

- **Se escucha en todas partes:** Para poder escuchar cualquier información emitida por la radio digital solo basta con tener al alcance un dispositivo móvil con conexión a internet. Se consideran a los Smart Tv, celulares, un ordenador, laptop.
- **Fácil acceso:** Para escuchar la radio tradicional se necesita tener acceso a una radio o una aplicación de radio en los dispositivos móviles. Sin embargo, para la radiodifusión digital solo se debe tener acceso a internet para lograr conectarse a una estación radial; por lo tanto, se tiene que no se necesitan equipos adicionales específicos.
- **Ahorro de consumo en datos:** El consumo de datos para la radio digital es muy bajo en comparación a la vista de videos; de tal manera, que el oyente es capaz de disfrutar de la emisora favorita desde cualquier lugar; siempre y cuando tenga una conexión a internet estable.
- **Calidad de audio:** La calidad de audio es emitida 100% digital; por lo cual no se encuentra limitada por problemas de sintonización y limitaciones relacionados con la radiofrecuencia. En función a la estabilidad de la conexión de internet es posible que sintonizar una emisora con baja o alta frecuencia.

- **Desventajas de la comunicación digital** A pesar del acceso a la tecnología; aun no es posible que todo lo que implique recibir información a través de herramientas tecnológicas sea completamente eficaz; de tal manera, a continuación, se presentan varias limitaciones sobre la radiodifusión digital
- **Limitación de oyentes:** La cantidad de los oyentes que se encuentran en un radio en línea o en alguna transmisión, ciertamente se encuentran limitadas por el ancho de la banda del servidor que se transmite.
- **No es gratis:** Si bien y es cierto, escuchar la FM o AM es mucho más barato que recibir información por radio digital; ya que para la primera solo es necesario tener un receptor que puede ser ubicado en casi cualquier lugar; solo varía la potencia a través de la cual se recibe la información. Sin embargo, en la radio digital es más difícil por los altos costos que implica; además, los oyentes deben de tener acceso a internet (pagado) para poder sintonizar.
- **Limitaciones de cobertura:** Se dice que la radio digital es más potente que la radio tradicional porque abarca una serie de herramientas tecnológicas que hacen posible que la masificación sea de mayor cobertura; sin embargo, el problema siempre radica y se cuestiona desde la accesibilidad que tiene el dispositivo móvil para conectarse a internet.

2.9 Marco contextual

2.9.1 Radio Sucre

Esta estación radial comenzó su primera emisión en julio del año 1982. Desde entonces ha ido evolucionando para convertirse en un punto de encuentro internacional que llega a su audiencia en frecuencia modulada y online con noticias, música y deportes.

2.9.2 La Radio Redonda

El 25 de abril del 2014 inicia operaciones la estación de radiodifusión “Futbol FM”, hoy denominada “Radio Redonda”, en el dial 96,9 FM en Pichincha y 94,1 FM para Santo Domingo, concesionada por la empresa Radiodifusora

Paraíso Radialpa S.A. de accionistas Jessenia Quijije Herrera y Carina Almache Redroban con representación legal de Angélica María Suintaxi Llumiquinga.

Esteban Ávila, productor general de la radio, menciona que “la empresa nace con el objetivo de darle una vinculación de entretenimiento al deporte, las otras opciones que han existido se han manejado sin esa visión. El deporte es una empresa de entretenimiento global, el deporte es espectáculo, no es solamente una práctica física”. Bajo un esquema tradicional las radios deportivas se encasillaron en un espectro de oyentes masculinos, muy pocos espacios para las deportistas mujeres y mucho menos contenido para las oyentes femeninas. Este es otro de los parámetros en los que el Productor General de la emisora menciona buscaron hacer la diferencia. “El ingrediente masculino y femenino es parejo porque el público femenino acepta nuestra propuesta de entretenimiento”. La radio busca encajar en todos los estratos socio-económicos, pero se cataloga como una radio “popular”, buscando así abarcar la mayor cantidad de espectros sea franjas, edades, composición económica y género algo que según los datos de ratings los dan por cumplidos. Radio Redonda se maneja bajo las premisas de toda empresa que son la misión y visión, ubicadas en dos recuadros visibles en su oficina principal.

2.10 Glosario de Términos

Radio

La radio o radiodifusión, es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas.

Radio digital

Consiste en la manifestación de contenidos o programación auditiva que posee características propias del medio radial clásico a través de una plataforma digital o vía streaming.

Podcast – Podcasting

Es un contenido, disponible en diversas plataformas como archivo o streaming, en la actualidad goza de mucha demanda, ya que se puede

escuchar y observar cuando y donde quieras desde diferentes dispositivos, lo que genera constantemente un aumento de su popularidad.

Multiplataforma

También denominado Cross-Platform es la convergencia de diferentes aplicaciones en una sola, funciona varios sistemas o dispositivos operativos para usuarios Android o iOS.

Convergencia digital

Se denomina convergencia digital al resultado o unificación tecnológica de la radio, televisión y prensa escrita en un solo formato, sin dejar de lado las características principales de cada una de las expresiones comunicacionales que las constituyen como medios informativos.

Transmedia

Es un proceso narrativo donde se interactúan en diferentes plataformas o soportes técnicos, canales, entornos o medios, es un fraccionamiento intencional de contenidos para unificarlos en interpretación de forma independiente o lectura web de cada internauta o prosumidor, para analizar la historia o información.

Crossmedia

También denominada como medios cruzados es el proceso donde se integran diferentes canales con la finalidad de emitir un mismo mensaje a un público que lo analice desde diferentes ángulos o plataformas.

Periodismo

Área profesional que se encarga de la transmisión de noticias o acontecimientos importantes de trascendencia local y mundial, pero el análisis de las diferentes sociedades.

Trending

Se deriva del inglés Trend que significa tendencia, se maneja y utiliza principalmente en redes sociales y plataformas digitales, donde las notas como

mayor interes o que se reproducen constantemente se les brinda esta denominacion.

2.11 Marco Legal

Constitución de la República del Ecuador

TITULO II DERECHOS

Capítulo segundo: Derechos del buen vivir.

Sección tercera: Comunicación e Información.

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho:

Al acceso universal a las tecnologías de información y comunicación. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto: Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Capítulo sexto Derechos de libertad.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas: El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Título II: Derechos

Capítulo Segundo: Derechos del buen vivir

Sección Octava: Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, 31 eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas. El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

Capítulo Sexto:

Derechos de libertad

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

4. Derecho a la igualdad formal, igualdad material y no discriminación.
5. El derecho al libre desarrollo de la personalidad, sin más limitaciones que los derechos de los demás.
6. El derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones.

Título VII: Régimen del Buen Vivir

Capítulo Primero: Inclusión y equidad

Sección Sexta: Cultura física y tiempo libre

Art. 381.- El Estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física que comprende el deporte, la educación física y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial; auspiciará la preparación y participación de los deportistas en competencias nacionales e internacionales, que incluyen los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos; y fomentará la participación de las personas con discapacidad.

El Estado garantizará los recursos y la infraestructura necesaria para estas actividades. Los recursos se sujetarán al control estatal, rendición de cuentas y deberán distribuirse de forma equitativa.

Ley Orgánica de Comunicación

TITULO I

Disposiciones preliminares y definiciones

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Capitulo II

Derechos a la comunicación

Sección II

Derechos de igualdad e interculturalidad

Art. 33.- Derecho a la creación de medios de comunicación social. - Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones

constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas. La violación de este derecho se sancionará de acuerdo a la ley.

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de la investigación: (cuantitativo, cualitativo o mixto)

La presente investigación es de orden mixto o dual , por la naturaleza de la temática y por su enfoque de análisis e interpretación, tomando como referencia dentro del contexto nacional los dos objetos de analisis como son radio Redonada y Sucre.

Tamayo y Tamayo (2009), detalla que el tipo de investigación el investigador la define con la naturaleza del problema planteado, es decir que sus objetivos que se buscan alcanzar y las disposición de sus recursos, lo que permitira clasificar los distintos criterios variables que cada trabajo plantee en las mismas.

Para Hernández Sampieri et al. (2010)⁴ el enfoque mixto o dual se generan durante todo el proceso de la investigación y van puliendose, conforme se consigue mas información y datos valiosos del estudio, otra característica destacable de este enfoque es que sustenta la recolección de datos estandarizados desde su proyección cantitativa y no estandarizados desde la cualitativa, donde se busca las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos) convirtiendolo en un proceso flexible y analitico.

Katamaya Omura (2014)⁵ define al enfoque mixto como un procedimiento, que se suenta en textos, discursos, experiencias, graficos e imágenes, y representaciones estadísticas de un proceso investigativo, estudia diferentes objetos para comprender la esencia social del sujeto a traves de los diferentes signicados que el entorno genera del mismo.

Bajo la referencia de los autores asignados en la investigación, se destina el presente enfoque como estructura de trabajo investigativo, para el desarrollo y analisis de su proceso metodologico.

3.2 Alcance de la investigación:

Partiendo de los autores planteados se considera que la presente investigación es de tipo transversal, donde se aplicara el alcance descriptiva y exploratoria. Es de orden descriptivo porque busca caracterizar el proceso de adaptación que la radio ha generado durante su proceso de adaptación digital, este tipo de alcance se ubica en nivel intermedio, en cuanto a la profundidad de un estudio, ante los conocimientos que busca y se refiere

En este alcance de la investigación, ya se conocen las características del fenómeno y lo que se busca, es exponer su presencia en un determinado grupo humano. En el proceso cuantitativo se aplican análisis de datos de tendencia central y dispersión. En este alcance es posible, pero no obligatorio, plantear una hipótesis que busque caracterizar el fenómeno del estudio.

La investigación exploratoria se aplica en los diferentes fenómenos sociales, que no se han investigado con anterioridad o que se conoce muy poco de su proceso o estructura, factores que indiquen en cada aspecto de la investigación y de su interpretación general como objeto de estudio. Por tanto, se debe arrancar explorando el fenómeno para poder tener un primer acercamiento en la comprensión de sus características.

3.3 Técnica e instrumentos para obtener los datos

La presente investigación aplicara los siguientes instrumentos, enfocados en la necesidad y proyección del estudio, relacionado con un alcance cualitativo mismo que se representara sus datos a través de una ficha de observación de los medios y un alcance cuantitativo el cual se generara mediante una encuesta a prosumidores del contenido radial digital de la Radio Redonda y Radio Sucre.

Tabla 1. Instrumentos de recolección

Técnica	Instrumentos	Método
Encuesta	Cuestionario	Cuantitativo
Observación	Ficha de Observación	Cualitativo

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

3.4 Población y muestra

Dentro de una proyección investigativa la población comprende el conjunto total de personas, eventos u objetos que tengan características en común, dentro de una investigación es necesario tomar en cuenta las características esenciales para realizar la selección como espacio, cantidad, tamaño homogeneidad y tiempo del mismo.

Muestra

El subconjunto que representa a la población escogida en la proyección investigativa se referencia como muestra, su tamaño o cantidad dependerá de la certeza y precisión con la que el investigador trabaje su estudio.

Muestreo

El muestreo representa la selección de la muestra a partir de la población. El muestreo optimiza recursos, tiempo y esfuerzo. Al obtener una muestra, el estudio del trabajo de investigación se enfoca directamente sobre ella. Se pueden plantear dos tipos de muestreo: el probabilístico y el no probabilístico. Para el caso del muestreo no probabilístico, los elementos que integran la muestra son seleccionados de acuerdo a criterios determinados por el investigador, teniendo en cuenta que la selección sea lo suficientemente representativa. En el muestreo probabilístico, todos los individuos o elementos que integran la población disponen de la misma probabilidad de ser incluidos en la muestra extraída, de manera aleatoria pero representativa

Muestreo Poblacional

La población seleccionada esta enmarcada en la ciudad de Guayaquil – Ecuador por la sintonía de los medios seleccionados los cuales son La Radio Redonda y Radio Sucre FM. Ante la selección de los medios se debe considerar su sintonia tanto *Offline* como *Online*, por lo cual dentro de la población no se selecciona o delimita un sector específico ya que se realizara el proceso a través de una Publicación de Facebook como plataforma de alcance.

El presente muestra sera de orden intencional, por lo cual no se definira una formula estadistica, sino que se aplicara una proyección de usuarios por publicación, tomando como referencia 189 encuestados, que es el promedio entre reacciones y *engagetmen* generadas en las diferentes plataformas de los medios analizados.

Figura 1. Formato de encuesta Google Form



The image shows the header of a Google Form. At the top, there are two logos: 'radio Sucre' on the left and 'laradio redonda fm' on the right, which includes a soccer ball icon and a globe icon with 'www'. Below the logos, the title of the form is centered: 'Adaptaciones y cambios de la radio en el contexto Digital: La Radio Redonda – Radio Sucre'. Underneath the title, there are two lines of text: 'ereinosoj@ulvr.edu.ec Investigadora 1' and 'sreinosoj@ulvr.edu.ec Investigadora 2'. At the bottom, there is a section for social media links: 'Redes Sociales :', 'La Radio Redonda : <https://laradioredonda.ec/>', and 'Radio Sucre: <https://radiosucrer.com.ec/>'.

Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Ilustración 2. Formato de encuesta hipervínculo Facebook



Emily Andrea Reinoso Jaramillo
Hace un momento · 🔒

Se parte de la presente encuesta para conocer tu opinión de La Radio Redonda y Radio Sucre Digital, danos tu opinión en el siguiente enlace:

radio Sucre **la radio redonda fm**

Adaptaciones y cambios de la radio en el contexto Digital:
La Radio Redonda – Radio Sucre

reinoso@ulvr.edu.ec Investigadora 1
reinoso@ulvr.edu.ec Investigadora 2

Redes Sociales:
La Radio Redonda : <https://laradiorredonda.ec/>
Radio Sucre: <https://radiosucre.com.ec/>

DOCS.GOOGLE.COM

Adaptación y cambios de la radio en el contexto Digital: La Radio Redonda – Radio Sucre

Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

3.5 Analisis de los resultados

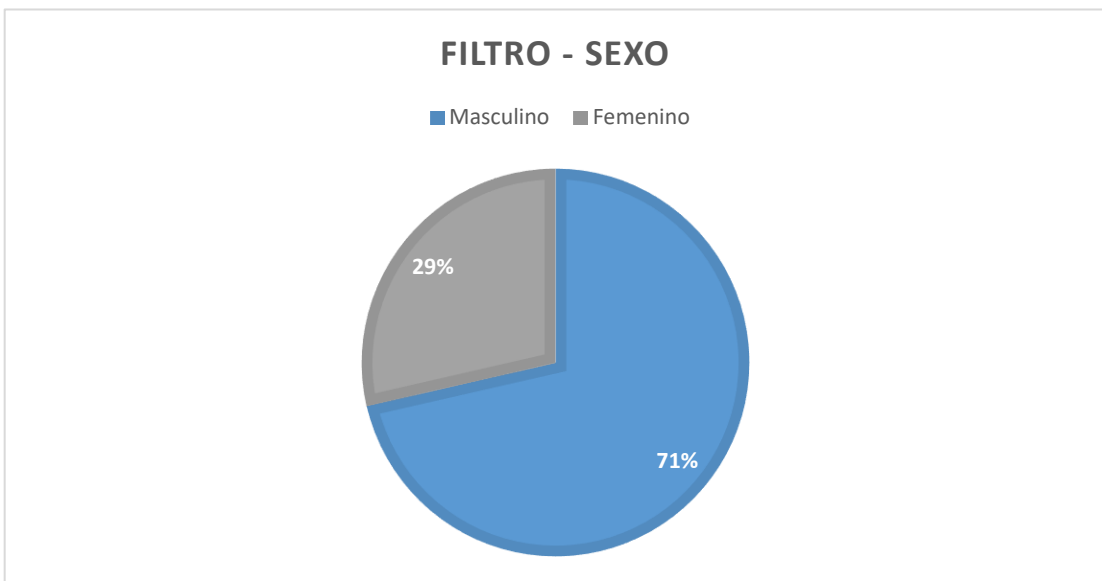
Tabla 2. Filtro - Sexo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	135	29%
Femenino	54	71%
Total	189	100%

Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Figura 3. Filtro – Sexo



Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Comentario

La caracterización del público encuestado, por afinidad en plataformas se centro en un gran porcentaje en el sexo masculino, tal como lo detalla la figura numero 3.

1. ¿En qué plataforma consume usted el contenido con mayor frecuencia de La Radio Redonda o Radio Sucre de forma cotidiana?

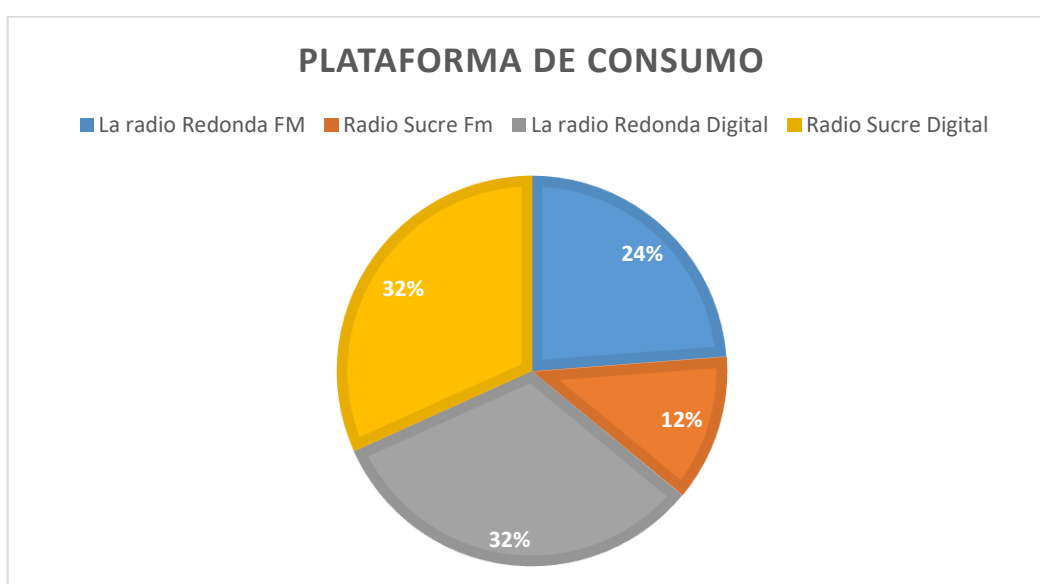
Tabla 3. Plataforma de consumo medios analizados

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
La radio Redonda FM	45	24%
Radio Sucre Fm	23	12%
La radio Redonda Digital	61	32%
Radio Sucre Digital	60	32%
Total	189	100%

Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Figura 4. Plataforma de consumo medios analizados



Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Comentario

En el presente apartado se puede conatatar que por el entorno donde se aplica la encuesta, el publico que aportó con su ejecución consume las radios en los contextos digitales mas que los tradicionales, mas in embargo existe en un porcentaje considerable el acceso a su versión tradicional.

2. ¿Cuáles son las características que usted le asignaría a “La Radio Redonda” en lo que respecta a sus contenidos y programación digital?

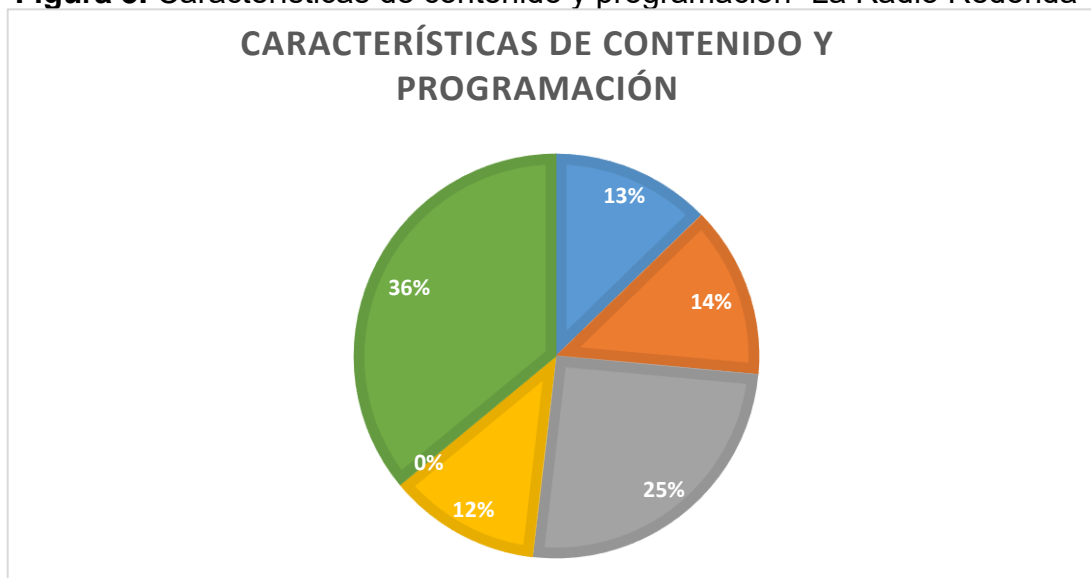
Tabla 4. Características de contenido y programación “La Radio Redonda”

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Contenidos Novedosos	24	13%
Información Actualizada	26	14%
Formatos innovadores de programas	48	25%
Plataforma de fácil manejo	23	12%
Ninguna de las anteriores	0	0%
Todas las anteriores	68	36%
Total	189	100%

Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Figura 5. Características de contenido y programación “La Radio Redonda”



Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Comentario

Entre las características que predominan con “La Radio Redonda”, el público destaca sus formatos innovadores en programas por la diversificación y sus formatos deportivos que los caracterizan, seguido de novedad, actualidad y fácil manejo de su plataforma.

3. ¿Cuáles son las características que usted le asignaría a “Radio Sucre” en lo que respecta a sus contenidos y programación digital?

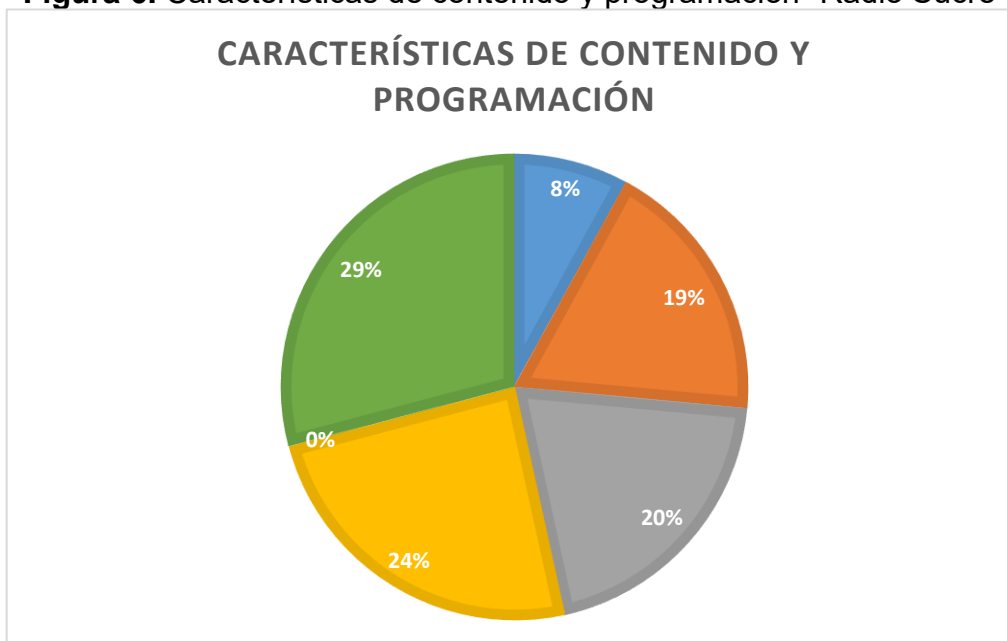
Tabla 5. Características de contenido y programación “Radio Sucre”

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Contenidos Novedosos	15	8%
Información Actualizada	35	19%
Formatos innovadores de programas	38	20%
Plataforma de fácil manejo	46	24%
Ninguna de las anteriores	0	0%
Todas las anteriores	55	29%
Total	189	100%

Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Figura 6. Características de contenido y programación “Radio Sucre”



Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Comentario

Entre las características que predominan con “Radio Sucre”, el público destaca su plataforma de fácil manejo, recordando que la cadena radial Sucre, es clásica en el acontecer nacional, seguido de formatos innovadores enfocados al ámbito periodístico e informativo.

4. ¿Qué contenidos considera usted que “La Radio Redonda” adapto de su versión radial clásica a su actual formato digital?

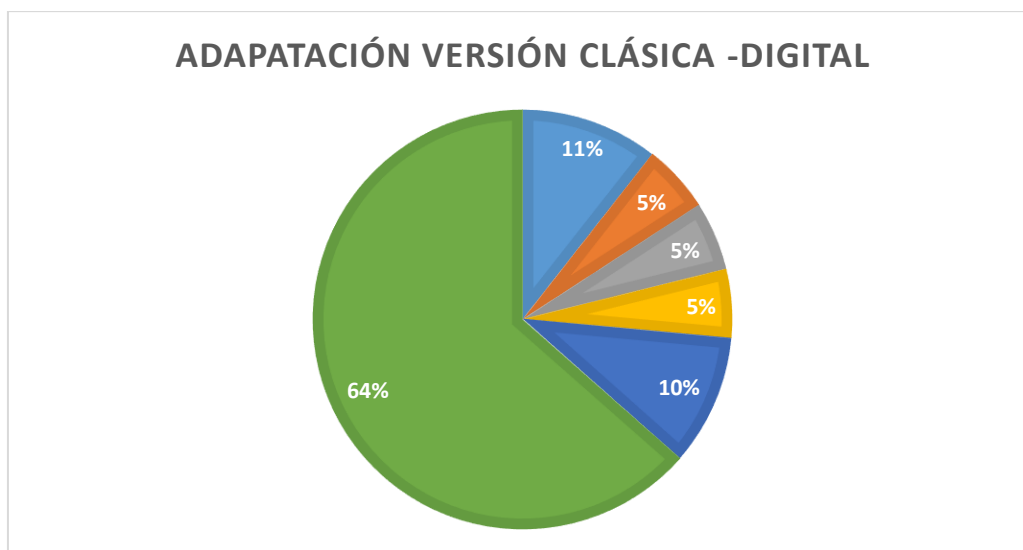
Tabla 6. Adaptación versión clásica-digital “La Radio Redonda”

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Formatos y programación	20	11%
Línea periodística	10	5%
Dinamismo e innovación	10	5%
Estilo periodístico	10	5%
Estructura y organización	19	10%
Todas las anteriores	120	64%
Total		100%

Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Figura 7. Adaptación versión clásica-digital “La Radio Redonda”



Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Comentario

Entre los contenidos y funcionalidades de la radio clásica o su versión offline el público destaca que el medio, adaptó gran parte de sus formatos y programación a la versión digital y de la misma forma su estructura de trabajo y organización lo cual destacan en la encuesta realizada.

5. ¿Qué contenidos considera usted que “Radio Sucre” adapto de su versión radial clásica a su actual formato digital?

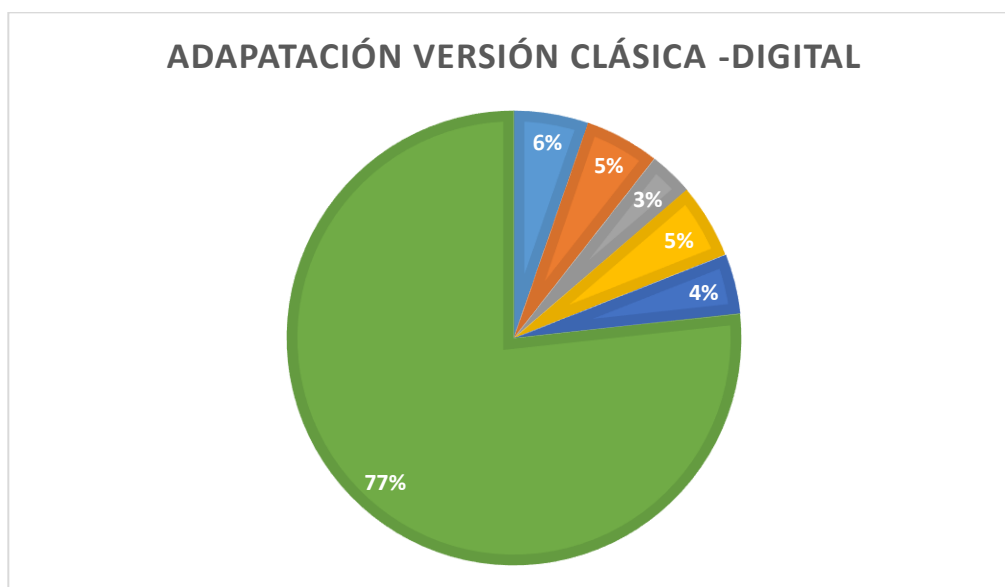
Tabla 7. Adaptación versión clásica-digital “Radio Sucre”

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Formatos y programación	10	6%
Línea periodística	10	5%
Dinamismo e innovación	6	3%
Estilo periodístico	10	5%
Estructura y organización	8	4%
Todas las anteriores	145	77%
Total	189	100%

Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Figura 8. Adaptación versión clásica-digital “Radio Sucre”



Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Comentario

Entre los contenidos y funcionalidades de la radio clásica o su versión offline el público destaca que el medio, generó una migración total de su periodismo clásico al formato digital, es decir migró todo, siendo un proceso de retransmisión y programación espejo.

6. ¿Con que finalidad considera usted que los medios tradicionales como La Radio Redonda y Sucre, se desplazaron a los entornos digitales en para incursionar como medios duales o mixtos?

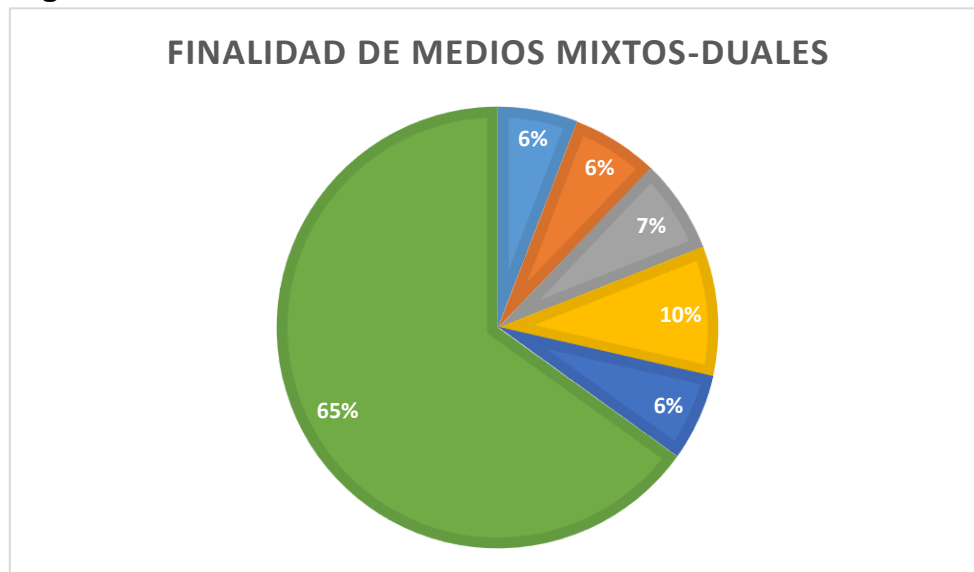
Tabla 8. Finalidad de Medios Mixtos-Duales

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mayor alcance	11	6%
Innovación	12	6%
Para ser referentes nacionales	13	7%
Par continuar con el legado radial	18	10%
Para acceder a un nuevo publico	12	6%
Todas las anteriores	123	65%
Total	189	100%

Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Figura 9. Finalidad de Medios Mixtos-Duales



Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Comentario

La finalidad de su migración es presentada por los encuestados como una continuidad de su legado seguido de marcar una referencia en contenidos e información en el contexto nacional.

7. ¿Cuáles considera usted que son las mejoras que la radio virtual genera a diferencia de su versión clásica de dial AM o FM en la actualidad?

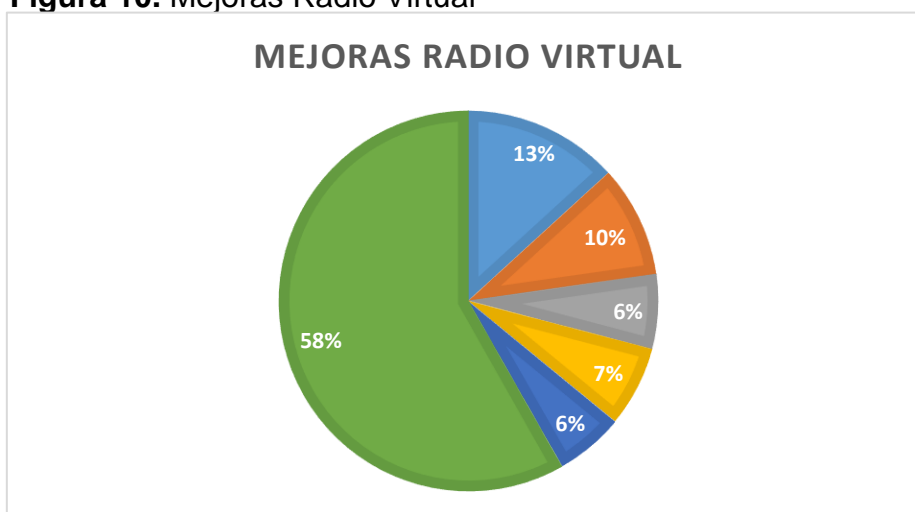
Tabla 9. Mejoras Radio Virtual

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Accesibilidad de los contenidos nuevos y pasados	25	13%
Sintonización inmediata	18	10%
Repostear y compartir contenidos en otras plataformas	12	6%
Interacción en vivo	13	7%
Formato más digeribles e innovadores	11	6%
Todas las anteriores	110	58%
Total	189	100%

Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Figura 10. Mejoras Radio Virtual



Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Comentario

Una de las principales mejoras que se presentan en los medios mixtos es la accesibilidad de los contenidos nuevos y pasados, así como su sintonización inmediata a la hora de acceder a un programa i información.

8. ¿A través de que plataforma o entorno digital consume más contenido de radio online?

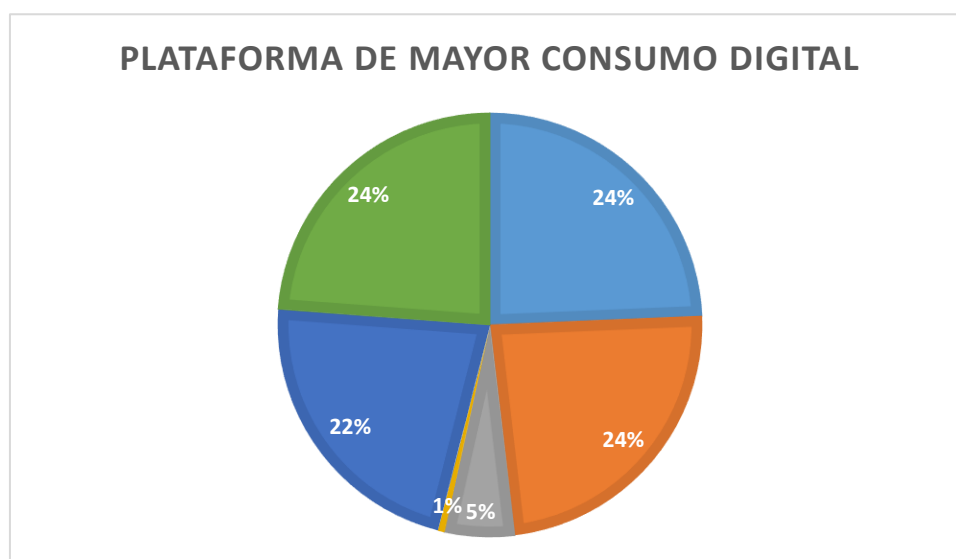
Tabla 10. Plataforma de mayor consumo digital

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Spotify	46	24%
Facebook	45	24%
Instagram	10	5%
Tik-Tok	1	1%
Páginas web	42	22%
Todas las anteriores	45	24%
Total	189	100%

Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Figura 11. Plataforma de mayor consumo digital



Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Comentario

Las plataformas de mayor consumo de radio digital, están presentes en *Spotify* y *Facebook*, tomando en consideración que las mismas permiten la diversificación de lo que presentan y también su accesibilidad es de versión gratuita y pagada.

9. ¿Considera usted que existe programación de gran interés e innovación de contenidos en la radio digital ecuatoriana?

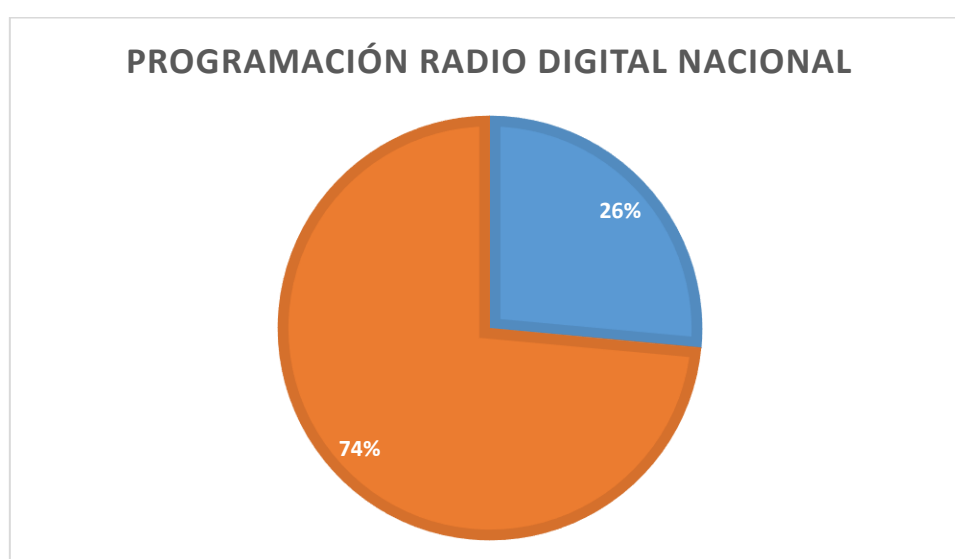
Tabla 11. Programación radio digital nacional

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	26%
No	139	74%

Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Figura 12. Programación radio digital nacional



Fuente: Encuesta Google Form

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Comentario

Para el cierre del proceso se consultó si la programación general de los contenidos nacionales es atractiva, la cifra de la presente pregunta invita a una reflexión de innovación en los que respecta de la propuesta para medios tradicionales, mixto-duales e independientes ya que el 74% considera que no es de interés o innovador.

3.6 Análisis de las encuestas

- El público compuesto para la encuesta se confirmó en su mayoría del sexo masculino por la afinidad de los medios ante la operacionalización de la plataforma ejecutada.
- La mayoría de los encuestados consume las versiones digitales de los medios, considerando que son atractivos en sus contextos multiplataformas.
- Entre las características que predominan de “La Radio Redonda”, el público destaca sus formatos innovadores en programas por la diversificación y sus formas deportivas que los caracterizan, seguido de novedad, actualidad y fácil manejo de su plataforma.
- Entre las características predominantes con “Radio Sucre”, el público destaca su plataforma de fácil manejo, recordando que la cadena radial Sucre, es clásica en el acontecer nacional, seguido de formatos innovadores enfocados al ámbito periodístico e informativo.
- Entre los contenidos y funcionalidades de la radio Redonda clásica o su versión offline el público destaca que los medios, adaptaron gran parte de sus formatos y programación a la versión digital y de la misma forma su estructura de trabajo y organización lo cual destacan en la encuesta realizada.
- Entre los contenidos y funcionalidades de la radio Sucre clásica o su versión offline el público destaca que el medio, generó una migración total de su periodismo clásico al formato digital, es decir migró todo, siendo un proceso de retransmisión y programación espejo.
- La finalidad de su migración es presentada por los encuestados como una continuidad de su legado seguido de marcar una referencia en contenidos e información en el contexto nacional.
- Una de las principales mejoras que se presentan en los medios mixtos es la accesibilidad de los contenidos nuevos y pasados, así como su sintonización inmediata a la hora de acceder a un programa e información.
- Las plataformas de mayor consumo de radio digital, están presentes en *Spotify* y *Facebook*, tomando en consideración que las mismas permiten la diversificación de lo que presentan y también su accesibilidad es de versión gratuita y pagada.

- Para el cierre del proceso se consultó si la programación general de los contenidos nacionales es atractiva, la cifra de la presente pregunta invita a una reflexión de innovación en los que respecta de la propuesta para medios tradicionales, mixto-duales e independientes ya que el 74% considera que no es de interés o innovador.

3.7 Ficha de Observación

3.7.1 Medios analizados

Figura 13. Plataforma Multimedia La Radio Redonda



Fuente: La Radio Redonda

Figura 14. Plataforma Multimedia Radio Sucre



Fuente: Radio Sucre

3.7.2 Ficha de Observación Radio Sucre

Tabla 12. Ficha de observación Radio Sucre digital

Ficha de Observación	
Radio Digital-Dual	
Título	Análisis de las características Digitales y adaptación de los formatos clásicos al multiplataforma.
Medio de comunicación a observar	Radio Sucre Digital
Mes	Enero 2024
Información publicada	Acontecimientos importantes sobre el contexto nacional (Elecciones 2025).
Plataformas de difusión de información	Facebook

<p>Numero de publicaciones en Facebook</p>	<p>1.6 mil Me gusta • 7 mil seguidores</p>
<p>Interacción ciudadana</p>	<p>Dentro de su plataforma digital se puede evidenciar un número considerable de participación ciudadana destacando su <i>engagemen</i> más alto en los noticieros en vivo con más de 997 visualizaciones y 534 reacciones y comentarios, destacando que el horario de programación empieza a las 6 de la mañana.</p>
<p>Características Digitales Observadas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Interacciones en vivo ○ Hipervínculos con otras noticias ○ Conexiones o entrevistas virtuales ○ Conexión multiplataforma, Facebook, YouTube y pagina web ○ Encuestas virtuales

<p>Características Digitales Observadas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Géneros informativos como la noticia priman en el formato de presentación. ○ Formato de entrevista clásicas ○ Publicidad continua y jingles de marcas
--	---

Fuente: Ficha de Observación Radio Sucre digital

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Figura 15. Presentación del noticiero matinal Sucre Online



Fuente: Youtube

3.7.3 Ficha de Observación La Radio Redonda

Tabla 13. Ficha de observación La Radio Redonda Digital

Ficha de Observación	
Radio Digital-Dual	
Título	Análisis de las características Digitales y adaptación de los formatos clásicos al multiplataforma.
Medio de comunicación a observar	La Radio Redonda Digital
Mes	Enero 2024
Información publicada	Acontecimientos importantes sobre el deporte ecuatoriano y del mundo.
Plataformas de difusión de información	Facebook

<p>Numero de publicaciones en Facebook</p>	<p>84 mil Me gusta • 112 mil seguidores</p>
<p>Interacción ciudadana</p>	<p>Dentro de su plataforma digital se puede evidenciar un número considerable de participación ciudadana destacando su <i>engagetmen</i> más alto en los programas deportivos de sus diferentes jornadas, con 8.7 k de visualizaciones.</p>
<p>Características Digitales Observadas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Interacciones en vivo ○ Hipervínculos con otros compañeros fuer de cabina ○ Conexiones o entrevistas virtuales ○ Conexión multiplataforma, Facebook, YouTube y pagina web ○ Encuestas virtuales ○ Invitados sorpresas ○ Interacciones con la caja de mensajes

<p>Características Digitales Observadas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Géneros informativos como el relato y la crónica deportiva resaltan ○ Formato de entrevista clásicas y con tono más dinámico. ○ Publicidad continua y jingles de marcas
--	---

Fuente: Ficha de Observación La Radio Redonda digital

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Figura 16. Presentación Redonda Tv

Reproducción del chat destacado

- Fabrico Ángel Zz jugadores chimichurri
- byron avalos dias
- Cristian Flores hablan como si Dixon jugó con Messi en el Barza en España, pillas jugó en la MLS nomás. Es un buen jugador pero no de jerarquía como los que tanto gritan a los 4 vientos
- Viviana Jiménez si se dan cuenta cómo están haciendo abuso del marco legal para hacer lo que les da la gana, solo porque es Barcelona y eso quieren avalar
- Jorge Cabrera traerlo a Dixon es un gran esfuerzo y de la actual Directiva y es un refuerzo buen jugador
- Sheinna Holanda pero si a emelec y a barcelona le dan chance de jugar con procesos en marcha, que le den a el nacional asimismo la oportunidad
- Erik Velecela BOCOLONA EMPEZO CON PICAÑA FELIPAQ, SOTELDO, Y TERMINA CON CHIMICHURRI ARROYO.....!!!! JAJAJ EL PEZ MUERE X SU PROPIA BOCA.!!
- Sheinna Holanda sólo porque el nacional no tiene quién lo defienda
- Wilson Vásquez buenas tardes saludos Alex Aguinaga un verdadero crack.
- David Piña buajajajajajajaja ya ñocolona es campeón de libertad
- Daniel ponce Q capit... d la mini serie Barcelona

EN VIVO / HARTA PELOTA / 17 DE ENERO 2024

La Redonda Tv
31,8 K suscriptores

Suscribirse

87 likes

Compartir

Descargar

5,8 K visualizaciones Emitido hace 1 mes #laredonda #laestamospartiendo #100porciendodeportivo

Síguenos en nuestras redes sociales :

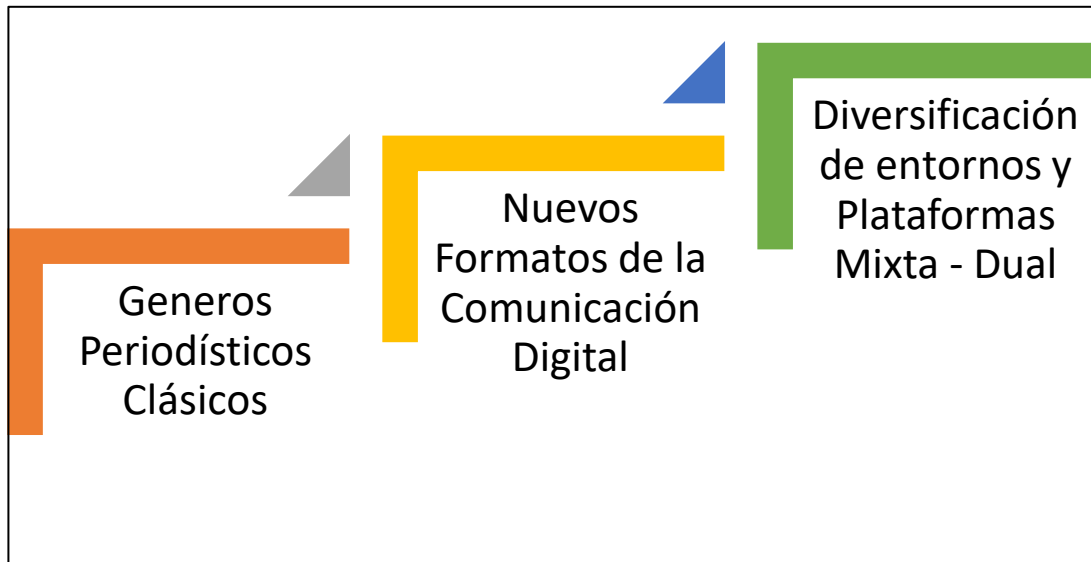
Todos La Redonda Tv Copa CONMEBOL Libe

Fuente: Youtube

3.7.4 Análisis de la ficha de observación

Dentro de los resultados obtenidos las autoras del presente trabajo se destacan los siguientes elementos planteados en la figura 17:

Figura 17. Proyección de las plataformas Mixta-Dual



Fuente: Fichas de Observación Aplicadas

Elaborado por: Reinoso A. & Reinoso E., 2024

Dentro de la caracterización y de los resultados obtenidos, las autoras consideran importante resaltar, que en la estructura de los medios Duales o mixtos como es el caso de La Radio Redonda y Sucre resaltan la aplicación de los géneros periodísticos clásicos enfocados en la nueva realidad o entorno digital, sin embargo en el caso de Sucre se genera más un proceso de retransmisión o modelo espejo, donde lo que se da en la radio clásica se retransmite en la plataforma web. En la Radio Redonda se puede observar un mayor uso de herramientas y procesos digitales a diferencia del otro objeto de estudio sin embargo comparten el primer esquema de los géneros, como segundo punto queda los nuevos formatos que se ajustan a lo que cada medio presenta o proyecta en segmentos y el último punto es diversificar e independizar las plataformas, ya que no todo lo que se da en la radio offline se puede brindar en la online.

CONCLUSIONES

- Dentro de las teorías principales que sustentan el presente estudio se resalta la ecología de los medios de Carlos Scolari donde se enfoca la integración de los recursos de lo offline y online para tener un productor utilitario en materia de información.
- Entre los principales referentes de adaptación se resalta los géneros clásicos del periodismo como la noticia, el relato periodístico y la crónica deportiva, de la misma forma, elementos como la publicidad y auspiciantes se presentan de forma indirecta y los jingles o short están presentes en la programación.
- La finalidad en el desplazamiento de los medios tradicionales a Duales o mixtos como los objetos de estudio analizados, se encuentran enfocados por la permanencia y legado de los mismos, resaltando que la búsqueda de públicos jóvenes es otra de los objetivos que cada medio tiene, tomando como referencia que tiene menor costo y mayor capacidad de llegada que un medio tradicional.
- Los principales cambios y competencias que enfrenta la radio digital en el contexto nacional se encuentran enmarcadas en los formatos y tendencias de consumo informativo que tiene el perfil del ciudadano ecuatoriano, el cual busca fidelizar la información que tenga un contenido claro, rápido y conciso para comprender y repicar en sus redes personales.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar un estudio que profundice los procesos y procedimientos de las estructuras streaming, ante el desarrollo de medios independientes en función de las tendencias de consumo de los ciudadanos ecuatorianos en materia de información
- Tomar en consideración los resultados y características planteadas por las autoras para futuras propuestas en talleres de capacitación o formación de educación continua.
- Considerar el presente estudio para generar propuestas investigativas, o semilleros de investigación en el campo de la comunicación y periodismo.
- Desarrollar pilotos de medios Duales para la carrera de Comunicación de la ULVR, que permitan generar proyecciones y adaptaciones de los espacios actuales de trabajos que se buscan en los medios digitales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar , P. (2010). *Chile en el siglo XX: Breve historia contemporánea*. Santiago de Chile: Catalonia. Santiago de Chile .
- Aguirre Mayorga , C. (2024). *Periodismo transmedia y redes sociales: un análisis de las narrativas en medios digitales en Ecuador (Ensayos)*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/9737>
- Briggs , A., & Burke , P. (2009). *A social history of the media: From Gutenberg to the internet* . Cambridge, UK: pOLITY pRESS. Obtenido de <http://www.micheleleigh.net/wp-content/uploads/2014/08/SOCIALHISTORY.pdf>
- Calvo, E. (2014). *La radio en Iberoamérica: historia, investigación y perspectivas*. Fondo de Cultura Económica. .
- (2008). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR*. Recuperado el 24 de Febrero de 2023, de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- (2008). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR*. Ecuador. Recuperado el 24 de Febrero de 2023, de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (2008). Recuperado el 24 de Febrero de 2023, de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Davis, N. (2014). *Historia de América Latina*. Alianza.
- Entravision Communication. (2022). *Entravision Communication*. Recuperado el 16 de Julio de 2023, de Entravision Communication: entravisionlatam.com
- Foundation Radio Heritage. (2004). *Proyecto Cooperativo Global Rdio Memories*. Recuperado el 3 de Enero de 2024, de <https://www.radioheritage.net/>
- Franco de Prado , J. (5 de Septiembre de 2016). *Medios de comunicación tradicionales en el nuevo entorno digital [tesis de grado, Universidad de*

León]. *Biblioteca Universidad de León*. Obtenido de https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/5579/71468657K_GMIM_Septiembre21.pdf?sequence=1

García , L. (2018). La evolución de la radio en Ecuador en los años 50 y 60. *Radio y Televisión*. 56-64.

Guarnizo Delgado, J., Villarroel Silva, D., & Romero Quiroga , K. (Julio de 2022). *RECIAMUC*,6(3), 359-366. Obtenido de [https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.\(3\).julio.2022.359-366](https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.(3).julio.2022.359-366)

Hernández Sampeiri , R., & Mendoza Torrez , C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: Editorial McGraw Hill Education.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista M., C. (2010). *Metodología de la investigación (Quinta edición)*. Mexico: McGraw-Hill.

Hilmes, M. (2017). *Radio Voices: American Broadcasting, 1922 - 1952* . Inglaterra: Routledge.

Jaramillo, M. (2008). *Radio y política en Marica Latina*. Universitaria.

Katayama Omura, R. (Julio de 2014). *Introducción a la investigación cualitativa*. Lima: Fondo Editorial de la UIGV. . Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/559>

Lindenboin, & Federico Mario. (2013). *Radio y peronismo: la construcción*. XVI *Jornadas interescuelas/Departamentos (págs. 7-23)*. Mendoza: Universidad Nacional del Cuyo en Mendoza. . Obtenido de <https://cdsa.aacademica.org/000-010/993.pdf>

López, P. (2020). La radio por Internet en Ecuador: una oportunidad para la diversificación de la programación . *Revista de Nuevos Medios*, 90-98.

Martin-Barbero, J., & Rey, G. (1997). *Los ejercicios de ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva*_Gedisa. <https://es.scribd.com/document/443798788/BARBERO-Y-REY-Los-ejercicios-del-ver-audiovisual-y-televisiva-pdf>.

McLuhan, M. (1996). *Understanding Media - Comprender los Medios*. Obtenido de https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/McLuhan_Marshall__Comprender_los_medios_de_comunicacion.pdf

Peña Fernández, S., Lazkano Arrillaga, I., & Larrondo Ureta, A. (2020). *Medios de comunicación e innovación social. El auge de las audiencias activas en el entorno digital*. *Revista de Investigación Social Andamios*, 16(40), 351-372. Obtenido de <https://doi.org/10.29092/uacm.v16i40.710>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (s.f.). *Diccionario de la lengua española*, 23.6 en línea. Recuperado el 15 de julio de 2023, de <https://dle.rae.es>

Registro Oficial. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Registro Oficial. (25 de Junio de 2013). *Ley Orgánica de Comunicación* . Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>

Ruiz Gómez, S., & Legorburu Hortelano, J. (19 de Octubre de 2023). *Pódcast y ficción sonora en España: una relación simbiótica para recuperar un género olvidado (2013-2022)*. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 62, 69-87. Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/149796/P%c3%b3dcast%20y%20ficc%c3%b3n%20sonora%20en%20Espa%c3%b1a.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Sánchez Gonzalez , H. (2022). *La digitalización en el periodismo: Transformación, retos y oportunidades*. Obtenido de <https://books.google.at/books?id=c8BeEAAQBAJ>. GEDISA.

Sánchez-Gey, N., & Cárdenas-Rica, M. (2021). *La Comunicación a la vanguardia. Tendencias, métodos y perspectivas* . Obtenido de <https://www.researchgate.net/profile/Isidro-Marin->

Gutierrez/publication/351690215_La_gestion_de_la_radio_por_Internet_de_Ecuador/links/60a4e30a45851505a00832f4/La-gestion-de-la-radio-por-Internet-de-Ecuador.pdf

Scolari, C. A. (2015). *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Obtenido de <https://hipermediaciones.com/2015/02/12/ecologia-de-los-medios/>

Spotify. (s.f.). *Spotify*. Recuperado el 16 de Julio de 2023, de Spotify: <https://support.spotify.com/es/article/what-is-spotify/>

Tamayo y Tamayo, M. (2009). *El proceso de la Investigación Científica*. Mexico: Limusa.

Thompson, S. (2012). *The history of the radio*. New York, NY: Facts on File.

Trejo Delarbre, R. (2022). *Entre la extinción y la reconversión: ¿por qué la radio se escucha cada vez menos?* *Revista mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 67(246), 97-119. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182022000300097

UPAX. (2023). *UPAX*. Obtenido de UPAX: <https://upax.com.mx/blog/conoces-la-diferencia-entre-app-y-plataforma#:~:text=En%20t%C3%A9rminos%20generales%2C%20una%20aplicaci%C3%B3n,y%20gestionar%20aplicaciones%20y%20sistemas.>

Villaroel Silva , D., Barriga Tamay , M., & Anchundia Anchundia , A. (Octubre de 2022). *La construcción de discursos en medios de comunicación digital y su influencia en el lector*. *RECIMUNDO*, 6(4), 288-298. Obtenido de [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(4\).octubre.2022.288-298](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(4).octubre.2022.288-298)

Yaguana, H., & Marin, I. (2023). *Las tres primeras décadas de la radiodifusión ecuatoriana*. Loja: Academia.

ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta

Filtro - Sexo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Masculino		
Femenino		
Total		

1. ¿En qué plataforma consume usted el contenido con mayor frecuencia de La Radio Redonda o Radio Sucre de forma cotidiana?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
La radio Redonda FM		
Radio Sucre Fm		
La radio Redonda Digital		
Radio Sucre Digital		
Total		

2. ¿Cuáles son las características que usted le asignaría a “La Radio Redonda” en lo que respecta a sus contenidos y programación digital?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Contenidos Novedosos		
Información Actualizada		
Formatos innovadores de programas		
Plataforma de fácil manejo		
Ninguna de las anteriores		
Todas las anteriores		
Total		

3. ¿Cuáles son las características que usted le asignaría a “Radio Sucre” en lo que respecta a sus contenidos y programación digital?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Contenidos Novedosos		
Información Actualizada		
Formatos innovadores de programas		
Plataforma de fácil manejo		
Ninguna de las anteriores		
Todas las anteriores		
Total		

4. ¿Qué contenidos considera usted que “La Radio Redonda” adapto de su versión radial clásica a su actual formato digital?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Formatos y programación		
Línea periodística		
Dinamismo e innovación		
Estilo periodístico		
Estructura y organización		
Todas las anteriores		
Total		

5. ¿Qué contenidos considera usted que “Radio Sucre” adapto de su versión radial clásica a su actual formato digital?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Formatos y programación		
Línea periodística		
Dinamismo e innovación		
Estilo periodístico		
Estructura y organización		
Todas las anteriores		
Total		

6. ¿Con que finalidad considera usted que los medios tradicionales como La Radio Redonda y Sucre, se desplazaron a los entornos digitales en para incursionar como medios duales o mixtos?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mayor alcance		
Innovación		
Para ser referentes nacionales		
Par continuar con el legado radial		
Para acceder a un nuevo publico		
Todas las anteriores		
Total		

7. ¿Cuáles considera usted que son las mejoras que la radio virtual genera a diferencia de su versión clásica de dial AM o FM en la actualidad?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Accesibilidad de los contenidos nuevos y pasados		
Sintonización inmediata		
Repostear y compartir contenidos en otras plataformas		
Interacción en vivo		
Formato más digeribles e innovadores		
Todas las anteriores		
Total		

8. ¿A través de que plataforma o entorno digital consume más contenido de radio online?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Spotify		
Facebook		
Instagram		
Tik-Tok		
Páginas web		
Todas las anteriores		
Total		

9. ¿Considera usted que existe programación de gran interés e innovación de contenidos en la radio digital ecuatoriana?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si		
No		

Anexo 2. Formato de ficha de observación

Ficha de Observación	
Radio Digital-Dual	
Título	
Medio de comunicación a observar	
Mes	
Información publicada	
Plataformas de difusión de información	
Numero de publicaciones en Facebook	
Interacción ciudadana	
Características Digitales Observadas	

<p>Características Digitales Observadas</p>	
--	--