



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“DE LA RADIO TRADICIONAL A LA RADIO *ON LINE*: ESTUDIO DE CASO
MEDIANTE LAS RADIODIFUSORAS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”

Proyecto de investigación presentado previo a la obtención del Título de
Licenciado en Comunicación Social

Autor:

Candongá Maldonado Juan Carlos

Tutor:

Mg. Alex Hernán Mullo López

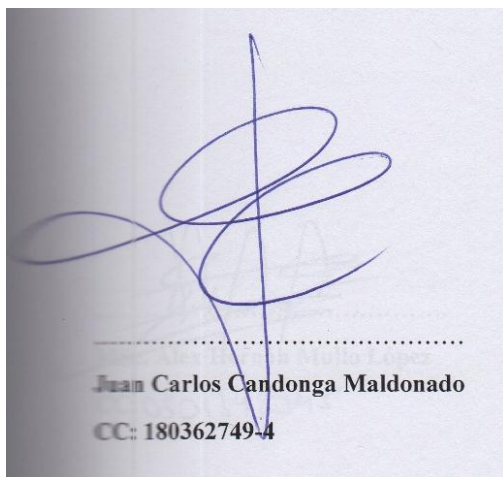
Latacunga - Ecuador

Agosto, 2018.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Yo **Juan Carlos Candonga Maldonado** declaro ser autora del presente proyecto de investigación: **De la radio tradicional a la radio *on line*: estudio de caso mediante las radiodifusoras de la provincia de Cotopaxi**, siendo Mg. Alex Hernán Mullo López tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.



.....
do
Juan Carlos Candonga Maldonado
CC: 180362749-4

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“De la radio tradicional a la radio *on line*: estudio de caso mediante las radiodifusoras de la provincia de Cotopaxi” de **Juan Carlos Candonga Maldonado** de la carrera de **Comunicación Social** considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la **Facultad de Ciencias Humanas y Educación** de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.



.....

MSc. Alex Hernán Mullo López

CC: 0501848345

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la **Facultad de Ciencias Humanas y Educación**; por cuanto, el postulante Juan Carlos Candonga Maldonado con el título de Proyecto de Investigación **“De la radio tradicional a la radio *on line*: estudio de caso mediante las radiodifusoras de la provincia de Cotopaxi”** han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 06 de Agosto 2018

Para constancia firman:



AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento de manera especial a La Universidad Técnica de Cotopaxi “UTC” por permitirme ser un profesional dentro de la carrera que ahora la considero como mi vida. A mis profesores, compañeros y compañeras por la paciencia brindada durante todo el transcurso académico.

Agradezco a mis familiares, amigos y vecinos que de manera directa e indirecta ha aportado a mi desarrollo personal.

A todos y todas quiero brindarles un “dios les pague” de todo corazón.

Juan Carlos Candonga Maldonado

DEDICATORIA

Por estar conmigo en las buenas y en las malas. Por ser una mujer de ejemplo a seguir. De manera especial por una gran mujer, madre e hija. Además, por tu amor, comprensión y ternura. Porque durante muchos años, me ha demostrado fidelidad y confianza. E incluso porque supiste levantarme cuando me caí, por haberme dado el mejor regalo del mundo, a mis hermosos hijos: Sebastián y Paola. Finalmente, por haberme apoyado incondicionalmente.

Para ti, Paola, mi amada esposa.

Juan Carlos Candonga Maldonado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

**TITULO: DE LA RADIO TRADICIONAL A LA RADIO MULTIMEDIA:
ESTUDIO DE CASO MEDIANTE LAS RADIODIFUSORAS DE LA
PROVINCIA DE COTOPAXI**

Autor: Candonga Maldonado Juan Carlos

RESUMEN

El surgimiento de las nuevas tecnologías continúa innovando el diario vivir de las personas. La era actual es completamente digital y el mundo exige un cambio ante las nuevas tecnologías y los medios de comunicación no pueden quedarse atrás. Por lo tanto, el presente proyecto muestra el impacto de la web en la radio convencional. El objetivo general de la investigación fue conocer los retos de la radio tradicional ante la web 2.0 y el surgimiento de la radio *on line*. La metodología utilizada fue de diseño no experimental, transversal de carácter descriptivo, desde un enfoque cualitativo. Pues, se investigó razones, consecuencias y desafíos que han atravesado las radios tradicionales para coexistir con las nuevas invenciones (internet). Las unidades de análisis fueron las siete radiodifusoras convencionales de la ciudad de Latacunga. Así mismo, se trabajó con la técnica de investigación denominada “estudio de caso” y el instrumento de investigación utilizado para acceder a los discursos, fue la entrevista individual con su respectivo cuestionario. Se concluye la investigación aseverando que, con la aparición de las redes sociales, el surgimiento de nuevas generaciones y la migración de ecuatorianos, la mayoría de personas empezaron a consumir señal abierta. Es ahí, donde la radio empezó a generar nuevos modos de comunicación (radio *on line*), mediante contenidos multimedia (audio, texto, imagen y video), con el objetivo de no perder audiencia y conservar el don que caracteriza a la radio, es decir, el feedback. Finalmente, se aspira que el documento sirva de base, dentro del sistema mediático, para continuar realizando estudios que permitan incrementar el conocimiento de la sociedad actual.

Palabras clave: Radio *on line*, radio tradicional, sistema mediático, web 2.0,

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF HUMAN SCIENCES AND EDUCATION

TITLE: TRADITIONAL RADIO TO MULTIMEDIA RADIO: CASE STUDY BY MEANS OF COTOPAXI PROVINCE BROADCASTERS

Author: Candonga Maldonado Juan Carlos

ABSTRACT

The emergence of new technologies continue to innovate people's daily lives. Therefore, the current era is digital and the world demands a change before the new technologies and the media cannot be left behind. Consequently, this project shows the impact of the web on conventional radio. In addition, the general objective of the research was to know the challenges of traditional radio before Web 2.0 and the emergence of online radio. In addition, the methodology used was a non-experimental, cross-sectional, descriptive design, from a qualitative approach. Well, we investigated reasons, consequences and challenges that traditional radio has gone through to coexist with new inventions (internet). The analysis units were the seven conventional radio stations of Latacunga city. Likewise, we worked with the research technique called "case study" and the research instrument used to access the discourses was the individual interview with their respective questionnaire. The research concludes stating that with the emergence of social networks, the emergence of new generations and the migration of Ecuadorians, most people began to consume open signal. It is there, where the radio began to generate new modes of communication (radio on line), through multimedia content (audio, text, image and video), with the aim of not losing audience and preserving the gift that characterizes the radio, that is, the feedback. Finally, it is hoped that the document serves as a basis, within the media system, to continue carrying out studies that will increase the knowledge of today's society.



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente de la Carrera de Ciencias de la Educación, mención Inglés de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO QUE:** La traducción del resumen del Proyecto de Investigación al idioma Inglés presentado por el estudiante: **CANDONGA MALDONADO JUAN CARLOS**, cuyo título versa **“DE LA RADIO TRADICIONAL A LA RADIO MULTIMEDIA: ESTUDIO DE CASO MEDIANTE LAS RADIODIFUSORAS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto pudo certificar en honor a la verdad y autorizo a la peticionaria hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Agosto 2018

Atentamente,

Lic. MSc. Patricia Mena V.
DOCENTE DEL CENTRO DE IDIOMAS
C.C. 0501574297



ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN.....	vii
ÍNDICE	x
1.- INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2.- RESUMEN DEL PROYECTO	2
3.- JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	3
4.- BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	4
5.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
6.- OBJETIVOS	7
General.....	7
Específicos.....	7
7.- ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	8
8.- FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO	9
8.1. ANTECEDENTES	9
8.1.1. De la onda a la Web: paralelo entre la radio convencional y la radio virtual.	9
8.1.2. RADIO: tradicional vs Online	11
8.1.3. La ciber radio. Nueva alternativa de futuro para la radio.....	13
8.1.4. Sistematización de la experiencia comunicacional de la radio Franciscana Radio Misión San Antonio de la ciudad de Zumba provincia de Zamora Chichipe	15
8.2. MARCO TEÓRICO	17
8.2.1. Aproximaciones teóricas sobre radio on-line	17
8.2.2. La radio tradicional sumergida en la Web 2.0	19
8.2.3. Plataformas de la web 2.0 para el fortalecimiento de la interacción con la audiencia social.....	21
8.2.4. Radio: prosumer, sus gustos y preferencias por la radio <i>on line</i>	23
8.2.5. Radio <i>on line</i>: nuevos modos de audiencias.....	25

8.2.6. Contenido <i>on line</i> vs contenido tradicional.....	27
9.- PREGUNTAS CIENTÍFICAS	29
10.- METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL.....	29
10.1. Diseño de la investigación	29
10.2. Enfoque	30
10.3. Nivel de la investigación.....	30
10.4. Población y muestra.....	30
10.5. Técnicas e instrumentos de la investigación.....	31
10.6. Métodos de análisis de la información.....	31
11. ANALISIS Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS	32
12. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO	67
14. BIBLIOGRAFIA.....	70
ANEXOS.....	1

1.- INFORMACIÓN GENERAL

Título del proyecto:

“De la radio tradicional a la radio *on line*: estudio de caso mediante las radiodifusoras de la provincia de Cotopaxi”

Fecha de inicio: Abril, 2017

Fecha de finalización: Agosto, 2018

Lugar de ejecución: Cantón Latacunga - provincia de Cotopaxi

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencias Humanas y Educación

Carrera que auspicia: Comunicación Social

Proyecto de investigación vinculado:

Equipo de trabajo:

Docente de titulación: Lic. Msc. Yesenia Cabrera

Director del proyecto: Mg. Alex Mullo López

Autor del Proyecto: Juan Carlos Candonga M.

Área de conocimiento:

Área de las Ciencias Sociales.

Línea de investigación:

Educación y comunicación para el desarrollo humano y social

Sub líneas de investigación de la carrera:

Historia y análisis de los procesos mediáticos de televisión, radio, medios impresos, internet y nuevas tecnologías.

2.- RESUMEN DEL PROYECTO

La radio desde su aparición cambio por completo al mundo, pese a sus múltiples transformaciones el objetivo principal de su creación se mantiene, lo que no sucede con las invenciones tecnológicas quienes buscan la manera de incorporar la radio tradicional a la web 2.0.

El surgimiento de las nuevas tecnologías continua innovando el diario vivir de las personas. La era actual es completamente digital y el mundo exige un cambio ante las nuevas tecnologías y los medios de comunicación no pueden quedarse atrás. Por lo tanto, este proyecto pretende mostrar el impacto y beneficio que provoca la inserción de la radio al internet.

Existen emisoras radiales que han optado por la migración hacia plataformas virtuales. Lo cual se ha convertido en una necesidad de estudio. Pues, a más de descubrir las razones de la adaptación de la radio tradicional, a la web. Se conocerá los retos que tiene la radio como medio de comunicación.

3.- JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Esta investigación se realizará con la finalidad de demostrar la importancia de la radio multimedia en la sociedad actual, y cómo la radio tradicional ha dejado a un lado los elementos convencionalistas para acoplarse a las nuevas tecnologías alcanzando mayor sintonía, superando límites y respondiendo a las necesidades de las audiencias modernas, por tal motivo con este estudio se identificará cuáles son las radios en la provincia de Cotopaxi que han tomado el uso de la tecnología para convertirse en radios multimedia.

Los principales beneficiarios de este proyecto son la audiencia y los propietarios de las radios, ya que, al momento de conocer la causa de la migración de oyentes a otras formas de recepción y consumo de programación radiofónica, se comprenderá el desafío que tiene la radio tradicional.

La radio forma parte de la vida del ser humano, su característica esencial es servir de compañía a las personas que la escuchan sin la necesidad que tales individuos dejen de realizar sus actividades a diferencia de los otros medios. La relevancia del estudio recae en la idea de que con la aparición de la televisión se creía que la radio desaparecería, entonces la investigación permitirá conocer la relación actual que los *Mass Media* mantienen, especialmente la radio.

Latacunga, lugar donde se desarrollará el proyecto, cuenta con el mayor número de estaciones radiales dentro de la Provincia. Además de ser un lugar donde las investigaciones que se han realizado han sido desde el punto de vista de la audiencia. Así mismo se evidenciará razones, consecuencias y desafíos que han atravesado las radios tradicionales para coexistir con las nuevas tecnologías.

Finalmente, se pretende obtener un documento que sirva de base, dentro del sistema mediático, para continuar realizando estudios que permitan incrementar el conocimiento de la sociedad actual desde la perspectiva de la comunicación.

4.- BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Beneficiarios directos: Los propietarios de las radios tradicionales que optaron o tienen como idea futura la creación de una radio en la web, en el cantón Latacunga.

Beneficiarios indirectos: La población del cantón Latacunga de manera especial a aquellas personas que hacen uso de la radio como medio de información.

5.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La característica esencial de la radio es ser un medio de comunicación que acompaña a las personas en sus actividades porque no necesita ser vista, solo se la escuchaba e invitaba a sus oyentes a despertar su imaginación para graficar en sus mentes lo que decía o relataba el locutor. Sin embargo, con la aparición del internet, la radio se ha visto en la obligación de evolucionar para dar mejores servicios a las nuevas audiencias, Robles manifiesta que “la radio no ha muerto, ni agoniza, ni siquiera presenta síntomas de enfermedad, sino todo lo contrario, vislumbra con grandes expectativas un nuevo campo donde construir y cultivar una nueva vida” (Robles, 2012, p. 279).

En el siglo XX se desarrollaron inventos que favorecieron a la humanidad y contribuyeron a fortalecer relaciones sociales a nivel mundial, pues es así que el objetivo inicial de la radio era llevar mensajes al público de aquella época, poco después se incrementó contenidos para su espacio como música u obras teatrales, entre otros (Barrios, 2011).

La radio fue evolucionando de la mano del ser humano y se incrementó programas de acuerdo a las necesidades de las personas y al contexto social que se encontraba, Barrios menciona al respecto:

Fue así como este medio se convirtió en una herramienta indispensable para el ser humano, no en vano muchos de nosotros crecimos de la mano con ella. Demostró su utilidad y poder, un poder a través del que se pueden movilizar masas, dar validez a

diversos temas y posturas, informar y promocionar temas en pro de formar multitudes (Barrios, 2011, p. 13).

Los descubrimientos antes mencionados fueron varios y tardo muchos años para que finalmente aparezca la radio Barrios explica los inventos más destacados para el surgimiento de la radio: Alejandro Graham Bell en 1876 perfeccionó el invento de Morse y apareció el telégrafo, con el cual logro enviar mensajes con voz humana, que a su vez dio origen al amigo fiel e inseparable de la radio, el teléfono.

Posteriormente Guillermo Marconi en 1890 creó el telégrafo sin hilos más conocido como radiotelegrafía. Años más tarde Alexandr *Stepánovich* Popov invento el primer radio receptor y con él, las antenas radioeléctricas que hacen posible captar las ondas, en 1900 *Radinald Fessenden* realizó por primera vez la transmisión de voz humana a través de la radio, este logro incorporo a su servicio la aeronáutica. Como existía un público interesado en el uso de este nuevo y novedoso invento en 1916 David *Sarnoff* y Frank Conrad hicieron accesible el uso de la radio para la población (Barrios, 2011).

Es evidente que la radio nació en la sociedad mundial y ella la hizo evolucionar hasta el día de hoy, pero en esta nueva era digital y tecnológica aún continúa desarrollándose, el internet no es una amenaza para la radio, por el contrario, esta puede favorecerse de todos los servicios que esta oferta para crecer y empoderarse de este nuevo medio para ganar audiencia.

Con ello, el internet fortalece la difusión de las noticias, en Latinoamérica surgió una agencia informativa que con la ayuda de las nuevas tecnologías difunden información:

En marzo de 1996 la Agencia Informativa Púlsar, una iniciativa apoyada por Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y el Centro de Educación Popular (CEDEP) de Ecuador, empezó a ofrecer un resumen diario de noticias por Internet a 48 radios comunitarias e independientes de América Latina. Hoy en día la agencia cuenta con cinco servicios y más de 750 suscriptores en 46 países (Aguilar, 2009, p. 12)

En Ecuador, las emisoras han aprovechado las posibilidades de interactividad que proporciona *Internet* para con la radio, que son diversas, desde contactar en directo con programas para participar activamente hasta convertir a los consumidores en creadores de sus propios productos radiofónicos, además de la constitución de portales de información ligados a las emisoras radiofónicas que ha implicado la supresión de fronteras espacio-temporales gracias a la emisión en *streaming* y *podcast*. (Méndez, et .al., 2013)

En la provincia de Cotopaxi existen varias radios convencionales que han visto la necesidad de tomar la web como una nueva alternativa de difusión y soporte para mejorar su programación, a su vez para alcanzar más interacción con su audiencia internauta. (González, 2014)

El principal problema de esta investigación está direccionado a identificar ¿Cómo las nuevas tecnologías aportan para el uso de la radio multimedia y la interacción con la población de la provincia de Cotopaxi? y cómo esta es manejada por las audiencias para disfrutar de las nuevas parrillas de programación en el surgimiento de la radio *on-line*. Además, si las radios tradicionales existentes en estos cantones emplean esta nueva alternativa radiofónica para atraer más audiencia y convertirse en emisoras de interacción.

Se puede evidenciar una creciente acogida de la web 2.0 y con ello la inserción de internautas para el uso de las diferentes plataformas virtuales en *internet*. Es por ello que se considera necesario conocer las nuevas alternativas del uso y acogida de las radios *on-line*, ya que la radio tradicional está siendo reemplazada por las nuevas tecnologías y a su vez la pérdida de audiencia se ha convertido en la principal preocupación de esta.

6.- OBJETIVOS

General

- Conocer los retos de la radio tradicional ante la web 2.0 y el surgimiento de la radio *on line*.

Específicos

- Identificar la presencia de las radios tradicionales, de Latacunga, en la web 2.0.
- Determinar los principales elementos que incidieron en la migración de la radio tradicional a la radio multimedia.
- Analizar la interacción de la audiencia en las plataformas sociales de la radio en el ecosistema digital.

7.- ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

Sistemas de tareas en relación a los objetivos planteados

Objetivo	Actividad	Resultado de la actividad	Descripción de la actividad
Identificar la presencia de las radios tradicionales, de Latacunga, en la web 2.0.	Visualizar en la web a los medios de comunicación tradicionales.	Conocer si las radios visitadas poseen plataformas virtuales	Ficha de observación
Determinar los principales elementos que incidieron en la migración de la radio tradicional a la radio multimedia.	Buscar elementos que inciden en la construcción de una radio multimedia	Conocer la aceptación de esta nueva alternativa radial	Entrevista a profundidad
Analizar la interacción de la audiencia en las plataformas sociales de la radio en el ecosistema digital.	Ingresar en la plataforma web	Descubrir su presencia en la web y la interacción con la audiencia	Ficha de observación

8.- FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO

8. 1. ANTECEDENTES

8.1.1. De la onda a la Web: paralelo entre la radio convencional y la radio virtual.

En el artículo elaborado por Barrios Andrés (2011) titulado “De la onda a la web: paralelo entre la radio convencional y la radio virtual”, expone las diferentes dificultades que atraviesa la radio colombiana en su contexto social como la falta de recursos económicos y que a los propietarios se les olvida que la radio se la debe tratar como una empresa para su subsistencia económica, otro de los problemas que plantea el autor es que la politización actual de las frecuencias, ya que ven a la radio como una de las armas para la divulgación de sus propósitos y no como una alternativa de paz y unión, del mismo modo el internet se ha convertido en la competencia de la radio para lo cual está de buscar nuevas alternativas para consolidarse en una nueva era digital (Barrios, 2011).

Del mismo modo menciona que “se necesita una radio interactiva y heterogénea” (Barrios, 2011, p. 9) porque debe acoger a todas las personas sin importar si son ancianos o son niño, si son pobres o poseen poder económico, debe ser una radio libre de difundir pensamiento y responsabilidades con el único objetivo de tener una mejor sociedad con la participación de todas las personas, ya que se sentirán vinculados y más comprometidos con la información que generarán en la radio.

La radio por Internet, al igual que la radiodifusión tradicional, es un servicio de y para la comunidad. Bajo este precepto es importante recalcar que las emisoras por Internet deben ser espacios de interacción de las diferentes comunidades, por ello es muy importante que la pluralidad y el consenso colectivo sean dos elementos siempre vigentes en su funcionamiento (Barrios, 2011, p. 9).

El principal objetivo de este artículo es demostrar que la creación de una radio *online* o más en una comunidad se convierte en un apoyo fundamental para la participación y unión de los miembros de esta comunidad

Este estudio es un sueño y una apuesta. Apunta a una creación en la que, más que una estrategia de comunicación para el montaje y posterior funcionamiento de una emisora por Internet, se busca plantear alternativas de unión y participación de la comunidad, en torno de un medio de comunicación tan importante como la radio. Este trabajo e investigación busca ser un aporte para que tanto comunicadores profesionales, como las personas del común vean que una organización radial es un proyecto de educación, comunicación y desarrollo comunitario (Barrios, 2011, p. 10).

El autor realiza un análisis y recordatorio de todo el contexto histórico de la radio a nivel internacional, específicamente en Colombia manifestando que la primera radio nació en un entorno político:

La adquisición de estos equipos tardó cinco años después, es decir, en 1929 nació oficialmente la radiodifusión en Colombia. En 1928 se realizaron las primeras transmisiones experimentales. El 7 de agosto de 1929, el presidente Miguel Abadía Méndez inauguró oficialmente la HJN, primera radiodifusora del país, la emisora estaba ubicada en la Biblioteca Nacional, y por esto se le conoció también como Radio Biblioteca. Durante el gobierno de Eduardo Santos, la HJN fue reorganizada, se dotó de nuevos equipos para la transmisión en onda corta y larga y se le asignó el nombre oficial con el que todos la conocemos hoy: Radiodifusora Nacional de Colombia (Barrios, 2011, p. 16).

Barrios relata la experiencia laboral en una radio comunitaria que se encontraba en proyecto, además señala que los medios de comunicación alternativos y comunitarios brindan nuevas posibilidades de comunicación social en todos sus definiciones y que la población o la comunidad fomente la unión, la democracia, fomentar el trabajo en equipo, fortalecer la convivencia en comunidad y la participación de todos los habitantes (Barrios, 2011).

Así se inició el proyecto de montaje y, en abril de 1999, salió al aire Radio Unilatina 94.4 FM. La experiencia arrojó los resultados esperados, pues los estudiantes incluyeron canciones de su gusto en la programación, y el personal de planta se encargó de estructurar espacios de participación y educación para los habitantes de la

región. La emisora se convirtió en un punto de experimentación, y abrió un espacio complementario a la labor educativa (Barrios, 2011, p. 27)

Este artículo de Barrios contribuye a mi investigación para conocer más sobre la historia de la radio en otro país como es Colombia, además en base a los testimonios del autor en base a su experiencia se puede descubrir las posibilidades que brinda una radio al ser fortalecida con las nuevas tecnología y que esta radio puede convertirse en una herramienta de apoyo y participación de un pueblo o una comunidad.

8.1.2. RADIO: tradicional vs Online

En la investigación realizada por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, titulada “RADIO: tradicional vs *Online*” menciona que el *internet* ha modificado varios aspectos de la vida humana desde su aparecimiento y por ende a los medios de comunicación, sin embargo la radio debe valerse de esta nueva era digital para evolucionar.

La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación AIMC realiza encuesta a través de internet, la cual ha adquirido gran experiencia y acogida. Iniciaron con la investigación en 2005 hasta el 2012, tanto con entrevistas como con encuestas y los temas principales a investigar con los medio de comunicación por separado y en este presente artículo demuestran el estudio que se realizó sobre la radio. (AIMC, 2012)

Esta Asociación tiene como objetivo principal es “indagar en comportamientos, actitudes y preferencias ante los dos sistemas de distribución de contenidos, tanto tradicional como online” (AIMC, 2012, p. 2)

AIMC manifiesta ciertas características del internet que en realidad puede estar afectando a la radio tradicional o favorecer al usuario:

Otra de las características de Internet que influye en su omnipresencia es el alto porcentaje de posibilidades gratuitas que ofrece. Una vez que has conseguido el acceso, se abre un casi infinito abanico de posibilidades al alcance de la pantalla. A

pesar de esta gratuidad existen ciertos frenos y reticencias sobre su uso (AIMC, 2012, p. 4)

Para la investigación sobre la radio, la asociación elaboró un cuestionario y debía ser respondida en 10 minutos, preguntándoles gustos y preferencias, si consumían radio, que dispositivos utiliza para escuchar radio y el esquema que emplearon es:

- 1) Consumo de Radio por sistemas convencionales (no a través de Internet) en los últimos 30 días.
- 2) Último consumo de Radio por sistemas convencionales sin contar el día de hoy.
- 3) Consumo de Radio a través de Internet en los últimos 30 días.
- 4) Último consumo de Radio a través de Internet sin contar el día de hoy (AIMC, 2012, p. 6)

Para la muestra la asociación inicio su contacto con los entrevistados enviándoles una invitación para participar en la encuesta al correo electrónico con el enlace a la página de entrevistas. Anterior a esto para la obtención de correo electrónicos de las personas procedían de entrevistas personales previamente realizadas por la asociación (AIMC, 2012). Finalmente las conclusiones a las que llega la asociación después de su extensa investigación es:

1. Un 15% de los internautas accede en el mismo día a Radio tradicional y a Radio a través de Internet. Esta cifra se eleva al 47% si hablamos de los últimos 30 días.
2. El 17% del consumo de Radio entre los internautas se realiza de forma *Online*.
3. El dispositivo prioritario de acceso a la Radio en Internet es el ordenador portátil, al que se dedica el 48% del tiempo, seguido del ordenador de sobremesa con el 29% de los minutos. El teléfono móvil ya supone un 13% del tiempo dedicado a escuchar Radio por internet y los tablets un 8%.
4. El hogar sigue siendo el centro de consumo de Radio incluso en la versión *Online*: el 67% del tiempo de escucha por Internet se realiza en casa, el 25% en el trabajo y 7% escucha “en movimiento”.

5. La escucha de Radio en diferido/*Podscat* solo supone un 4% del tiempo dedicado a la Radio por *Internet*, siendo el resto consumo de Radio en directo.

6. Los que acceden a los dos tipos de Radio declaran mayoritariamente, 79%, que escuchan la Radio tradicional el mismo tiempo que antes, por lo que el consumo *Online* de Radio incrementa su tiempo total dedicado a escuchar Radio. Para un 18% sí ha supuesto cierta reducción del consumo de Radio tradicional.

7. Entre los que solo acceden a la Radio tradicional, un 10% lo achaca a que su conexión es lenta, mientras que un 37% no ha accedido nunca y un 34% utiliza otros dispositivos portátiles sin conexión a *Internet*.

8. El 79% de los que escuchan Radio a través de *Internet* ha escuchado alguna emisora exclusiva de *Internet* en los últimos 30 días (AIMC, 2012, p. 2).

Este artículo sirve como ejemplo o como guía en mi investigación en cuanto a las preguntas que plantean a los encuestados y a la manera de investigar, a su vez las conclusiones obtenidas por esta asociación, aporta a la investigación de la radio multimedia una idea clara de los posibles resultados que puedo obtener al final de mi estudio.

8.1.3. La ciber radio. Nueva alternativa de futuro para la radio.

En el artículo elaborado por González María (2010) denominado “La ciberradio. Nueva alternativa de futuro para la radio” menciona que con el apareamiento de las TICs están rompiendo con el formato tradicional de los medios de comunicación, y en este caso con la radio.

La autora realiza en este artículo un análisis de diferentes temáticas que tienen relación con la evolución de la radio tradicional a la ciberradio. González señala que “este artículo, a través de técnicas de observación y análisis de la nueva realidad sonora emergente de *Internet*, intenta delimitar el significado global de la ciberradio y de sus principales extensiones en la red” (González, 2010, p. 51)

González manifiesta también que las nuevas tecnologías cambian a la radio desde su concepto, uso y tratamiento de sus contenidos para convertirse en algo nuevo, porque adquiere la imagen y texto como instrumentos para difundir su información, pero no debería perder su esencia propia como un medio de comunicación sonoro, más bien solo debe fortalecerse con el apoyo de la tecnología (González, 2010)

La técnica, además de la justificación de su nacimiento, siempre ha representado el motor de cambio para el medio radiofónico: desde la transición de la tecnología analógica a la digital, que, en la década de los noventa, inició un proceso interno de cambio en las emisoras y que ha afectado a la radio en todas sus dimensiones- producción, difusión y recepción- hasta las dinámicas de convergencia, en las que la radio se expande por nuevas plataformas de difusión que renuevan y amplían sus posibilidades, tanto en lo que se refiere a su oferta como a su relación con la audiencia (González, 2010, p. 52-53).

Las nuevas aplicaciones y los aparatos digitales se integran a la radio convencional para darle una nueva forma e innovarla Cebrián menciona una definición más precisa de la naciente radio:

La ciberradio ya no es una redifusión por Internet, sino que integra los componentes de ésta como algo propio y los transforma para convertirlos en algo diferente. No es la oferta de la programación tradicional, sino otra forma de presentarla mediante fragmentaciones o se da entrada a otras emisoras nuevas, aunque todavía no se aprecie que hayan impulsado todas sus aportaciones. Cebrián (como se citó por González, 2010).

Lo característico de la radio multimedia es que la distribución de información y el servicio de interactividad con la audiencia se convierte en un nuevo reto para ella, sin embargo estos dos componente son las características esenciales del internet y las nuevas tecnologías, la autora nos presenta cuales son los campos de acción de la ciberradio empleando otros recursos sonoros como

IPVoz (y traducida como “protocolo de Internet para voz”), se puede decodificar y comprender la voz natural de los usuarios (en su idioma cotidiano), sin necesidad de

tener que hacerlo mediante la expresión escrita. .Las redes P2P son aplicadas a los intercambios musicales y de documentos sonoros y audiovisuales entre los usuarios. Un audioblog es una variante de weblog, o bitácora, que consiste en una galería de ficheros de audio, en diferentes formatos, que pueden ser publicados de forma regular por uno o más autores. Un TeleBlog es la propia página personal en la web, alojada en un subdominio donde es posible publicar textos e imágenes de cualquier tema, así como también de recibir visitas y comentarios (González, 2010, p. 58)

Este artículo no posee la investigación de ningún proyecto, pero si posee la información necesaria para dar cuenta que existe un sin número de aplicación que pueden ayudar a la radio multimedia para fortalecerse. Es notable que estas nuevas aplicaciones no solo invitan al cambio a los medios de comunicación, sino también a los periodistas y a los comunicadores sociales ya que son quienes seleccionan estas herramientas para hacer de sus medios y de su información elementos innovadores para que la sociedad también evolucione en criterios y en pensamiento.

8.1.4. Sistematización de la experiencia comunicacional de la radio Franciscana Radio Misión San Antonio de la ciudad de Zumba provincia de Zamora Chinchipe

En la tesis elaborada por Montero Gloria (2015) titulada “Sistematización de la experiencia comunicacional de la radio Franciscana Radio Misión San Antonio de la ciudad de Zumba provincia de Zamora Chinchipe” manifiesta que la radio posee gran importancia en las comunidades porque les permite conocer y descubrir su verdadero valor cultural, según la autora señala que “la radio posee una amplia difusión popular por su rapidez de difusión de mensajes, bajo costo de su servicio, periodicidad y sobre todo que supera toda clase de barreras al despertar la imaginación del oyente, lo cual no tiene límites” (Montero 2015, p. 1).

El objetivo principal de esta tesis direcciona a demostrar la relevancia que aún tiene la radio en las comunidades alejadas de la ciudad, las cuales no podrán tener acceso al internet y la radio con ondas cumple un excelente rol para mantener unidas a las personas. “Dar a conocer la importancia que cumple la radio en comunidades de la

frontera sur oriental del Ecuador, para ello se centró en la indagación de la experiencia comunicacional de Radio Misión San Antonio” (Montero 2015, p. 1).

El tipo de investigación que emplea la autora de la tesis es cualitativa y cuantitativa porque utiliza varios métodos para obtener información como por ejemplo el método analítico, etnográfico, dialectico y como técnicas utilizo: grupos focales, entrevistas, fotografías y observación de campo.

Esto, porque cualitativamente interesó conocer los discursos de la experiencia en torno a la promoción de la unidad comunitaria y el trabajo organizado y solidario de las personas, que realiza la Radio San Antonio FM. Y cuantitativo, porque también fue de interés organizar los datos obtenidos en cuadros y pasteles estadísticos, de tal manera que la presentación de resultados y su comprensión sea rápido, efectivo y oportuno (Montero, 2015, p. 70).

Para Montero la radio tradicional tiene la ventaja de llegar a todos los lugares, incluso a los rincones más olvidados, del mismo modo contribuye con la articulación de estos sectores entre sí para que puedan apoyarse, también a través de la radio tienen la posibilidad de compartir emociones, sensaciones, sus costumbres, tradiciones y su cultura (Montero, 2015).

Las conclusiones a las que llega el autor son:

Como pudo observarse en el levantamiento de la memoria histórica de la Radio Misión San Antonio, realizada mediante entrevistas y visitas a los pobladores más antiguos y representativos de las comunidades de frontera, ésta es una estación que nació del mismo vientre del pueblo.

La radio estación promueve el trabajo organizado de la comunidad para alcanzar objetivos y realizar obras, y la comunidad responde de manera positiva este mensaje, a través del compromiso con dichos principios.

Contar con este material escrito, sobre la experiencia de Radio San Antonio, sin duda constituye un aporte a la historia de la comunicación social ecuatoriana, que le falta levantar registros de una serie de experiencias valiosas de comunicación popular y

comunitaria, que muchas veces aparece y desaparece sin apenas haber sido apuntada (Montero, 2015, p. 99-100-101).

La radio no solo es un aparato o un medio de comunicación que sirve para difundir información a una comunidad, por el contrario, es un medio que necesita de constancia para poseer una excelente parrilla de programación, en este caso la radio comunitaria fortaleció a los integrantes de la comunidad para descubrir sus valores y su riqueza espiritual, a su vez para difundir su fe y que estas creencias y costumbres se conserven gracias a la radio.

Es evidente que la radio ya sea tradicional o multimedia poseen gran importancia porque la esencia misma de este medio de comunicación está estrechamente ligada a las actividades de las personas, no es necesario estar pegado a una pantalla para poder sentir su presencia y su compañía, en la actualidad este medio tiene la oportunidad de desarrollar y llegar a las nuevas tecnologías, pero aún tiene la oportunidad de permanecer en la vida de las personas a través de las ondas.

8.2. MARCO TEÓRICO

8.2.1. Aproximaciones teóricas sobre radio on-line

La radio ha evolucionado con el paso del tiempo, un claro ejemplo es encontrar a la radio incorporada en la web. Internet trajo consigo una nueva radio, una radio “hecha para la web y escuchada en la web, que va a ser, sin ninguna duda, una parte esencial de la radio del siglo XXI” (Merayo, 2001, p.287).

La relación que existe entre la radio y el internet empieza por ser considerados un medio de comunicación. La conjugación de ambos da como resultado una forma nueva de información. Ante ello, López (2006) explica:

“internet está transformando el concepto de la radio convencional. La radio por internet es algo más que un campo de pruebas de la futura radio digital. Vivimos en

un mercado radiofónico que parece muy difícil que pueda ampliarse a través de los sistemas de emisión convencionales” (p.1).

Los medios de comunicación han ido apareciendo con el pasar del tiempo. Pero, el medio que supo adueñarse del receptor fue el internet. Lo que ha ocasionado que los medios tradicionales; prensa, radio y televisión sepan dar una respuesta ante la nueva tecnología. Rives explica:

“los medios tradicionales están evolucionando para adaptarse a internet, que se muestra como un nuevo canal de difusión de contenidos, alternativo y complementario a los soportes físicos. El papel y las ondas hertzianas disponen ahora de un nuevo aliado para divulgar información: los bits”. (Rives, 2002, p.6)

Badia & Costales (2016) comparte la idea del anterior autor, pues, coinciden en explicar que los medios tradicionales tuvieron que adaptarse ante la cultura 2.0, Además, explica la necesidad que tiene el oyente ante su nueva forma de difusión radial. Mencionan:

“Ahora la radio cambió. Y no es sólo digital, sino también online. Esos soportes, permiten romper con la sincronía de la audición radiofónica y con el carácter perecedero del medio. El oyente puede escuchar lo que desee en diferido y sin estar sometido a su linealidad. En definitiva, es una recepción que le concede más libertad y favorece la personalización, una de las tendencias del periodismo del siglo XXI” (p. 228).

El surgimiento de la radio *on line* ha estado sujeta al desarrollo del mundo y su tecnología. Las redes sociales, aunque se las haya estereotipado como ocio, actualmente complementan a la radio *on line*.

Por ello, (Orihuela, 2004) explica que la tecnología digital permite la integración de todos los formatos de información (texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones) en un mismo soporte. Este carácter multimedia de la Red ha permitido la convergencia de los diversos medios de comunicación en Internet. Todo esto ha

permitido que el receptor digital se encuentre identificado con las nuevas formas de comunicación.

Cabe recalcar que la web 2.0 no ha suplantado a los medios tradicionales. Pues, hay que recordar que el objetivo de los mismos, educar, entretener e informar al público. Las herramientas que brinda internet al emisor permiten dinamismo y atracción sobre las notas publicadas o emitidas. Diarios, revistas, emisoras de radio, canales de televisión y hasta películas de cine se han integrado en un mismo soporte junto a multitud de nuevos servicios de información, diseñados originalmente como recursos multimedia” (Orihuela, 2004, p.2).

8.2.2. La radio tradicional sumergida en la Web 2.0

Con la aparición del internet y un sin número de páginas web la radio tuvo y tiene una posibilidad de fortalecer su parrilla de programación, con ello también puede llegar a las nuevas generaciones de internautas que se encuentran conectados a internet sin importar el tiempo, el lugar o el espacio, sin embargo, la misión primordial de la radio tradicional en la web es que permita la interacción con los usuarios, Checa menciona que:

La Radio por Internet, al igual que la radiodifusión tradicional, es un servicio de y para la comunidad; bajo este precepto es importante recalcar que las emisoras por Internet deben ser espacios de interacción de las diferentes comunidades, por ello es muy importante que la pluralidad y el consenso colectivo sean dos elementos siempre vigentes en su funcionamiento. (Checa, 2009, p. 70).

A diferencia con los medios tradicionales, las TIC promueven la interacción en sus diferentes plataformas, por ello crecieron en su popularidad y preferencia. Aquí la radio y todos los medios de comunicación pueden aportar con su labor social para generar programas de excelencia dentro de estas nuevas tecnologías. Barrios indica la contribución a la sociedad de estos cambios:

La evolución de las TIC ha traído consigo una serie de herramientas y mecanismos de intermediación e interactividad que entran a reconfigurar el espacio mediático,

manteniendo a los medios tradicionales como el eje central de la mediación social, la difusión de información, la propagación del conocimiento y el impulso democrático. (Barrios, 2013, p. 41)

La radio en la web también debe difundir programas que promueven los valores, difundan tradiciones, otorguen espacio de participación y expresión para las comunidades de internautas, cabe recalcar que la radio multimedia al igual que la radio convencional son medios de comunicación que brindan un servicio público y podrá acoger a muchos navegantes por internet, además es importante menciona que esta nueva alternativa radial es aún más libre que la tradicional, ya que anteriormente se necesitaba obtener permisos para que una estación radial funcione. Ahora no ocurre lo mismo al crear una radio en la web, Checa manifiesta lo siguiente:

Con lo anterior se da vía libre para que las emisoras por Internet no sean necesariamente sociedades legítimamente conformadas, con una personalidad jurídica y unos estatutos que sirvan como carta de navegación durante el proceso de la radiodifusión, pero esto no implica que la Radio por Internet no sea un sistema que cree pertenencia y propiedad en un grupo determinado, más grande y de carácter internacional. (Checa, 2009, p. 70).

Campos (citado por Barrios, 2013) menciona que existe una constante búsqueda de los medios tradicionales para crear una identidad digital que les otorgue la oportunidad de llegar a nuevos públicos en base a la participación, transparencia e interacción con sus nuevas programaciones en estos nuevos medios digitales (Barrios, 2013).

El modo de trabajo de los medios convencionales está siendo transformado y en la actualidad es más importante escuchar y saber que piensa la audiencia o el público sobre temas específicos. La manera de hacer información ha dado un giro total, ya que del mismo modo el usuario desea obtener una información total sobre el tema difundido, la inmediatez de la información es el impulsador para acelerar el trabajo de los medios de comunicación y todo lo que implica su labor profesional.

Pues la radio antes de su aparición había pasado por un gran proceso evolutivo y en la actualidad al incorporarse al internet, “sus ondas radiales adquieren coberturas en movilidad, las cuales son otra innovación tecnológica que abre las puertas de expansión de la radio y con ello se plantea que la radio sea una multipantalla acústica” (González, 2015, p. 206).

En otras palabras, este medio radial ha estado en un constante reajuste y con ello debe transformar su identidad pero no con la esencia que nació hacia la sociedad, ahora es una herramienta más interactiva, dinámica, su programación puede perdurar más en comparación a la radio tradicional, crece sus oportunidad de desarrollar nuevos programas radiales para nuevos ciberescuchas, y darle una nueva oportunidad de generar contenidos comunicacionales que fomente la unión y la participación.

8.2.3. Plataformas de la web 2.0 para el fortalecimiento de la interacción con la audiencia social

Las plataformas virtuales son los instrumentos base para el correcto funcionamiento y aceptación de la radio multimedia “parece como si más que la calidad importase la cantidad de usuarios que potencialmente, desde los perfiles de programas, pero también desde los corporativos, pueden amplificar los posts y tweets radiofónicos entre sus amigos y seguidores” (Rlbes, Monclús y Gutiérrez, 2015, p. 58)

El *feedback* es la retroalimentación en la comunicación, dentro de la radio multimedia “Las redes sociales, especialmente Facebook y Twitter, se han convertido en este espacio compartido por operadores y oyentes, donde el entorno online ofrece una nueva forma de participar a la audiencia radiofónica” (Rlbes, Monclús y Gutiérrez, 2015, p. 58). Es por ello que la radio en la web busca ese *feedback* con las audiencias sociales o los prosumer para así enganchar más interactividad, participación y aceptación a través de web.

Pero ¿Qué son las audiencias sociales en este radio multimedia? González y Quintas (citado por Benassini, 2014) brindan una definición clara:

Las audiencias sociales son aquellas que comentan los programas con otros, incluso sin haberlos visto y es que como señala Sampedro, la negociación de significados mediáticos constituye siempre una actividad social, porque los medios se consumen en comunidades interpretativas y con un bagaje social previo: experiencias y usos anteriores, conocimiento directo o vicario por posición social (Benassini, 2014, p. 19-20).

Por otra parte Deltell (citado por Benassini, 2014) menciona que una audiencia social está en todas sus condiciones de utilizar dos pantallas o dos dispositivos en el mismo momento, en otras palabras, puede navegar por Twitter y ver televisión (Benassini, 2014) Esto demuestra que las nuevas audiencias con el desarrollo de la tecnología adquieren más información en un mismo instante y son capaces de consumir la información subida en múltiples programas, aplicaciones y redes sociales es aquí en donde la nueva información y parrilla de programación de la radio en la web podrá alcanzar una audiencia mayor.

El objetivo principal de la radio en la web es poder atraer a más audiencias que en este caso no importase de donde son o el lugar que se encuentre, es decir esta nueva alternativa radial rompe frontera y límites para ser escuchada. García dice que para la creación de la radio en la web se debe tomar en cuenta la creatividad y dejar a un lado la programación tradicional, “la implantación definitiva de la radio digital requiere que los programas adaptados a esta nueva tecnología sean novedosos e interesantes” (García, 2010, p. 136).

Según González explica que aparece el empleo de la locución “*podcast*” con el fin de identificar contenidos ya sean estos de audio o video, y de este se deriva el *podcasting* que brinda mejores servicios al usuario al momento de grabar y edición.

El *podcasting* es una Radio portátil y autónoma; también concebida como una extensión de la ciberradio que, por un lado, permite la posibilidad de bajar y subir a la Red documentos sonoros, pero, por otro, se convierte en una especie de “audioblog” al ampliar el campo de los *Weblogs* al ámbito del sonido. (González, 2010, p. 56)

En otro caso también se puede emplear un audioblog que es una variante de *webblog* o bitácora, la cual comprende de una galería de audios que pueden poseer diferentes formatos y que a su vez pueden ser publicados. Este audioblog también permite que los usuarios o visitantes de esta página puedan dejar sus comentarios siempre que el propietario lo autorice o active los comentarios. (González, 2010)

Es evidente que a pesar del surgimiento de esta nueva alternativa radiofónica aún existe competencia para esta, como ejemplo los contenidos nuevos que será acoplados este la radio en la web y que al mismo tiempo las audiencias sociales son más exigente.

Por eso los principales cambios deben orientarse con la intención de definir y establecer un modelo radiofónico viable desde el punto de vista económico, útil desde el punto de vista informativo y estructurado conforme a las nuevas características y necesidades de la audiencia. También hay que tener en cuenta que, debido a la globalización, la radio actual ya no puede tomar como referencia exclusiva sólo lo que existe en su entorno, porque ahora, gracias a Internet, los ciudadanos tienen acceso universal a los contenidos y la competencia puede llegar de fuera. (Soengas, 2013, p. 28)

Todo este escenario debe afrontar la radio multimedia para sobrevivir en esta nueva era, los conocimientos de los periodistas y comunicadores sociales también evolucionan porque tendrán que ser más innovadores para ir a la par con la tecnología y brindar mejores servicios de información a la sociedad.

8.2.4. Radio: prosumer, sus gustos y preferencias por la radio *on line*

Dentro de la nueva radio la participación con el usuario es imprescindible y en la actualidad es considerada como un requisito y una estrategia para la supervivencia de la radio multimedia “la Web 2.0 permite al oyente producir su propio contenido distribuirlo y/o compartirlo con otros usuarios y los convierte así en los denominados prosumers” (Ribes, Monclús & Gutiérrez, 2015, p. 58)

Estas nuevas audiencias que están insertas en las nuevas tecnologías contribuyen para que la radio multimedia genere contenidos de participación y opinión. Ahora no solo

existen oyentes, sino *ciberescuchas* o más conocidos como *prosumer* que desde hace mucho tiempo han sido sus amigos claves para el desarrollo de la radio, en la actualidad este oyente ha evolucionado también con la llegada de la tecnología.

Aparentemente la población juvenil es quien una más redes sociales y en el caso de la radio son ellos los que han abandonado su transmisión convencional, por tal motivo “Las redes sociales sucederían así a la radio musical en su función tradicional de puente hacia la radio generalista para la población más joven” (Ribes, Monclús & Gutiérrez, 2015, p. 57)

Pues es así que Mullo & Yaguana manifiestan que los contenidos radiofónicos deben brindar a las audiencias la oportunidad de participar, opinar y ser parte de la voz activa para dar a conocer sus puntos de vistas.

Las audiencias no son homogéneas sino diversas, por ende, los contenidos radiofónicos también lo son, según las edades, costumbres y preferencias de las personas. De ahí que las emisoras apuntan a un grupo social con similares características y preferencias culturales y de entretenimiento. En este contexto se han mantenido hasta la irrupción del Internet y las plataformas digitales en la radio (Mullo & Yaguana, 2017, p. 244)

Con la nueva era tecnológica tanto la radio como su audiencia tuvieron y aun enfrentan retos como por ejemplo ser protagonista o descubridores de nuevas y novedosas formas de interacción con la radio y esta con sus usuarios “esta realidad les puede llevar a convertirse de entes pasivos, en entes participativos, bien sea directa o paralelamente a las emociones, a través de chats y foros” (Prieto y Durante, 2007, p. 322).

Así, García (citado por Mullo y Yaguana) manifiesta que “la interactividad asociada a Internet, si se emplea de forma inteligente y atractiva, puede ampliar la base de audiencia de un programa y renovar sus contenidos” (Mullo y Yaguana, 2017, p. 244). Dentro del proceso interactivo con la audiencia social se pueden también desencadenar sentimiento y emociones de libertad, las conversaciones pueden ser más

equitativas y las personas también podrán sentir más cercanía con este tipo de radio multimedia.

Para Martínez, Moreno & Amoedo, la interacción al usuario le brinda a oportunidad de expresarse con libertad, esta es la característica principal para la radio en la web.

Las técnicas interactivas, propias de la red, disponibles para el usuario, como son la posibilidad de insertar comentarios en la noticia y compartirla, de manifestar interés personal hacia el contenido informativo o de consultar su popularidad entre la comunidad de oyentes de la cadena (Martínez, Moreno & Amoedo, 2012, p. 169).

Con esta interactividad en la radio multimedia le otorga la posibilidad de difundir su información y que el usuario lo reciba y pueda compartirlo con otros, se crea una red de información que la radio puede aprovechar para tener más audiencia y más contenidos por crear.

8.2.5. Radio *on line*: nuevos modos de audiencias.

Se debe considerar que los medios de comunicación necesitan de audiencia para mantenerse. (Rébora, 2013) explica que es muy probable que en pocos años el receptor tradicional de radio pase a ser una antigüedad, como el fax o la videocasetera, que ya no usamos. Todo esto debido al pasar del tiempo y a los avances tecnológicos.

El internet abre nuevos espacios de comunicación, por ende, nuevas audiencias. Aunque es preciso señalar que "siempre se pudo sintonizar radio por *Internet*, lo que cambió es el ancho de banda, que ahora lo hace más sencillo, rápido y absolutamente accesible" (Rébora, 2013, p. 2). Pues, a diferencia de la radio tradicional, la radio *on line* no necesita de antena y se puede sintonizar en varias partes del mundo.

Autores como (López, 2010) interpreta como los jóvenes llegan a formar una nueva audiencia en consumo de radio. Explica:

Influencia para bien o no la radio y la sociedad tienen una unión muy cercana que tienen que fusionarse porque no pueden trabajar por separado. Tienen

características especiales, como transmiten con facilidad, son muy económicas, un lenguaje adecuado y tienen también la ventaja de producir imágenes mentales. Hoy en día las radios influyen también en los jóvenes ya que el contenido de programas es libre y sin restricción alguna, dentro de la tecnología, donde se puede escuchar por medio del internet, en tiempo real, lo que provoca que la mayoría de las sociedades radiofónicas se queden con estos medios virtuales donde escuchan diferentes géneros que llenen sus expectativas como oyentes (p. 18).

La transposición de la radiofonía hertziana a *Internet* no ha constituido una simple transferencia de contenidos o una operación cosmética (Faus, 2001), sino que ha supuesto una verdadera mediamorfosis (Fidler, 1997) con la renovación profunda del producto sonoro que ha incorporado otros elementos inherentes al sistema digital. Provocando así que la audiencia tenga mayor diversidad de productos y escoja según sus intereses.

A su vez, (Faus citado por Belau, 2010) afirma que los contenidos emitidos para los radioescuchas por parte de la radio *online* y convencional es:

Aquel producto escuchado a través del receptor y por medio del internet el cual es únicamente comprensible e identificable en función de la capacidad de restitución del contenido semántico de los mensajes que tiene la grabación por un lado, y la Radio, por otro, puestos en relación con el cuadro de referencias culturales y de experiencias del oyente (p.15).

La radio constituye parte de la sociedad, pues, para todas las personas se ha vuelto una compañía mientras se la escucha. Ahora, con la radio *on line* brinda contenidos multimedia, lo que hace que sea más atrayente para el receptor. Según Martí, varios elementos definen la nueva radio “una mayor posibilidad de elección, la hiper especialización de los contenidos, nuevas estructuras programáticas y nuevos modos de participación” (Martí, 2001, p. 189). Al ubicarse dentro de una plataforma web la radio brinda opciones múltiples de consumo.

La radio es un medio de comunicación dinámico e inmediato que está sujeto a los constantes cambios que experimenta la sociedad. Su evolución está marcada por hechos históricos y descubrimientos importantes que se han convertido en logros trascendentales para el desarrollo de la humanidad, adaptándose a sus necesidades. Sin embargo, aun cuando la radio es un medio funcional y útil, ha sido necesario encontrar nuevos canales para su transmisión (Silva; Yépez, 2011, p.1).

Los cambios han sido parte del vivir. Al igual que la evolución de los artefactos tecnológicos. Lo que la sociedad ha realizado es adaptarse ante ello “en esta nueva etapa de la comunicación, la radio se vuelve visible, adquiere la capacidad de una escucha asincrónica, bidireccional e interactiva, gana la posibilidad de ser archivada y recuperada” (Menduni, 2001, p. 223). Esto se lo visualiza en los streaming de las radios *on line* lo que no sucede en la radio tradicional.

8.2.6. Contenido *on line* vs contenido tradicional

La radio al igual que los otros medios de comunicación necesitan emitir productos que capten la atención del receptor. Ante ello, dice Merayo que “la clave de la consolidación de la radio digital radica en los contenidos más que en los aspectos técnicos” (Merayo, 2001, p. 281). En tanto a que la audiencia consume un producto final, más no, las herramientas con las que se realizó.

Ante la aparición de la radio web los retos aparecieron, pues, se supone era considera una radio deferente a las demás. Autores como Marti explica que “esta nueva radio deberá tener magia, pero no puede limitarse en su conjunto a ser reproductor de grabaciones digitales musicales o de información en continuo” (Marti, 2001, p. 193). Sin duda, debido a las herramientas multimedia que ofrece la web 2.0.

Para que los productos sean consumidos deben ser puestos al aire. Ahora bien, Ting & Wildman, en su ponencia dada en el año 2007 explica que la radio por Internet, ha añadido más variedad a la estructura de las emisiones que la tradicional emisión por

antena: el público tiene acceso a una mayor diversidad de formatos, canales e idiomas distribuyendo su programación y contenido a cualquier parte.

Al hablar de antenas, se recalca que la radio *on line* no requiere de ella, pues se caracteriza por la banda ancha de internet. Ocasionalmente que la radio web se convierta en un medio de comunicación portable. Esta revolución, a la que Kishinevsky (2009) se refiere como:

Cultura de la portabilidad, está marcada por la aparición y la democratización de dispositivos de altas prestaciones como tablets y smartphones, que han redefinido el significado del mobile computing ofreciendo sencillas extensiones de software – aplicaciones– para el acceso optimizado a diversos servicios web (p.19).

La migración de la radio analógica a Internet también se tradujo en la aparición de nuevas formas de distribución de contenidos que favorecieron una nueva concepción de programación radiofónica, próxima a la personalización del medio (Albarran & Pitts, 2001). La mayoría de autores coinciden en que la radio virtual ejerce nuevas formas de emisión, además de que los contenidos *on line* se caracterizan por la dinámica con la que cuentan al ser colgados en una página web.

Al mismo tiempo De Martínez (2011) explica que la cobertura también es un elemento a considerarse para el consumo de la radio, recalca:

La radio es un medio de comunicación masivo que a pesar de sus limitantes y su lucha contra otros medios ha mantenido su vigencia e importancia dentro de la sociedad de la información innovando su capacidad y cobertura. La evolución tecnológica de la radio debe entenderse de forma integral como la convergencia de varios descubrimientos logrados gracias al esfuerzo de grandes (p.17).

La implementación de la radio al internet inmiscuye una serie de procesos, sobre todo de tiempo generacional. Pues, esto va de la mano con la tecnología. A su vez, se debe tener presente que “desde su nacimiento, en 1920, la radio atravesó sucesivas crisis de las que salió reconvirtiéndose, apropiándose de la tecnología disponible,

procurándose un nuevo lugar entre los públicos y desafiando sus propias limitaciones.” (Gabay, 2014, p.2). Y acoplarse con la web 2.0 es uno de los principales desafíos que rompió la radio.

Ante ello, Casajús & Martín (2016) reflexionan:

El fenómeno de la radio en Internet ha significado un cambio profundo en las formas tanto de hacer como de consumir radio. Ha supuesto una ruptura en la concepción tradicional de este medio que plantea un nuevo modelo comunicacional. Nuevos usos, características y posibilidades impregnan la radio a partir de Internet y, en estos últimos años, de las posibilidades que brinda la web 2.0 centradas en la interactividad y la colaboración (Casajús & Martín, 2016, p.291).

A diferencia de los contenidos de la radio tradicional, la radio *on line* presenta la oportunidad de interacción entre el medio y los oyentes. Además, el dinamismo que presentan los contenidos *on line* despiertan la curiosidad e imaginación del usuario.

9.- PREGUNTAS CIENTÍFICAS

- ¿Qué radios de Latacunga tienen presencia en la web 2.0?
- ¿Cuáles son los principales elementos que incidieron en la migración de la radio tradicional a la radio multimedia?
- ¿De qué manera la audiencia interactúa con los emisores radiofónicos mediante las plataformas sociales?

10.- METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL

10.1. Diseño de la investigación

Para dar inicio, es necesario entender que el marco metodológico, es considerado como las actividades que están asignadas a narrar y analizar el problema de investigación con el objetivo de encontrar resultados a la investigación que se está realizando.

Diseñar el mismo, consiste en hacer funcionar todos los conceptos y todos los elementos del problema que está en estudios. Según Arias manifiesta la metodología es el “conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas” (Arias, 2006, p.16).

En la presente investigación la metodología a utilizar será de diseño no experimental, transversal de carácter descriptivo. Para Correa y Gómez (2009) el diseño no experimental “es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto, para después analizarlos; se utiliza para proporcionar soluciones a los problemas” (p.3). Pues, lo que se pretende estudiar, en la investigación, son los desafíos que ha atravesado la radio tradicional para situarse en la radio *on line*.

10.2. Enfoque

La investigación merita un enfoque cualitativo, ya que interesa conocer las razones por las cuales las radios tradicionales del cantón Latacunga han optado por actualizar su forma de transmisión y su parrilla de programación.

10.3. Nivel de la investigación

El nivel de la investigación será de carácter exploratorio. Para ello, se iniciará por visitar las diferentes radios existentes en el cantón Latacunga. Según González (2010) estos medios tradicionales ya incursionaron a poseer una radio multimedia utilizando esta alternativa para retransmitir su programación y así poder ir más allá de lo que su frecuencia lo permite (p.3). Esta actividad permitirá conocer las preferencias y reacciones de la audiencia frente a esta innovación.

10.4. Población y muestra

Se realizará el proyecto de investigación en las radios existentes en el cantón Latacunga entre ellas:

- Color Estéreo 105.3 FM.
- Radio Hechizo 107.7 FM
- Radio Elite 103.3 FM

- Radio Latina 90.1 FM
- Radio Latacunga 1080 AM
- Radio Novedades 1100 AM
- Nuevos Horizontes 1460 AM

Siendo las presentes radios las unidades de análisis del estudio.

10.5. Técnicas e instrumentos de la investigación

Para la investigación se pondrá en práctica la técnica denominada: estudio de caso. Según Bisquerra (2009) la técnica refiere al:

“método de investigación de gran relevancia para el desarrollo de las ciencias humanas y sociales que implica un proceso de indagación caracterizado por el examen sistemático y en profundidad de casos de un fenómeno, entendido estos como entidades sociales o entidades educativas únicas” (p.49).

Los instrumentos de investigación utilizadas para acceder al discurso de las participantes serán: Entrevistas individuales a profundidad: en éstas se identifica una pregunta de investigación, pero se conoce poco del área de interés, entonces el investigador trata de alcanzar comprensión de las emociones y conductas del participante tal cual son dichas por su experiencia. El entrevistador sólo mantiene la entrevista en su curso (Mayan, 2001).

Tamayo y Tamayo (2008) señala que “el cuestionario contiene los aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite, además, aislar ciertos problemas que nos interesan principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio” (p.124).

10.6, Métodos de análisis de la información

Al respecto, Sabino (2003), señala que:


El análisis de los datos no es tarea que se improvisa, como si recién se comenzará a pensar en él luego de procesar todos los datos. Por el contrario, el análisis surge más del marco teórico trazado que de todos los datos concretos obtenidos y todo investigador que domine su tema y trabaje con rigurosidad deberá tener una idea precisa de cuáles serán los lineamientos principales del análisis que habrá de efectuar antes de comenzar a recolectar datos (p. 103).

Para la investigación se realizará la debida transcripción de información, pues, el carácter cualitativo lo requiere. Esto, con el objetivo de sustentar las conclusiones y recomendaciones que se ha de conseguir.

11. ANALISIS Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS

A continuación, se presenta los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas en los diferentes medios radiales del cantón Latacunga. La ejecución de la técnica (entrevista) ha permitido determinar los principales elementos que incidieron en la migración de la radio tradicional a la radio *on line*. A sí mismo, se logró estudiar la interacción que existe en la plataforma radial y la audiencia social.

Entrevista # 1

 Universidad Técnica de Cotopaxi Facultad de Ciencias Humanas y Educación Comunicación Social	
CUESTIONARIO DE ENTREVISTA	
Entrevistado: Ing. Guido del Toro – Radio Elite.	Entrevistador: Juan Candonga
OBJETIVO: Determinar los principales elementos que incidieron en la migración de la radio tradicional a la radio multimedia.	
Transcripción	
Pregunta 1	¿Qué significa para usted la radio tradicional?

	<p>La radio tradicional ha ido ganando espacio y esta posesionada en cuanto a audiencia. Hay mucha gente que ni siquiera ha podido dejar la radio por la televisión. Esto da a pensar en el posicionamiento de la radio en la colectividad. Hay mucha gente que no puede pasar el día sin escuchar la radio, sea noticias, música, deporte u opiniones. Y mucho más cuando la radio es interactiva, es decir, cuando hay el <i>feedback</i> con el oyente, cuando se le hace participar en concursos o simplemente en temas coyunturales del ser humano.</p>
Pregunta 2	<p>¿Usted recuerda la radio antes de la llegada del internet? Pero claro, yo empecé hace 40 años a hacer radio y obviamente para nosotros la radio siempre fue la columna vertebral de la comunicación.</p>
Pregunta 3	<p>A partir de la llegada del internet ¿Qué sucedió con la radio? La radio sea FM o AM se ha mantenido en el espacio y tiempo. La radio <i>on line</i>, claro, llega con la internet. Pero, más bien ha impactado en las nuevas generación es, ya en la generación tecnológica y en la juventud. Porque no es un asunto que podamos dejar de la noche a la mañana. La radio seguirá manteniendo el espacio. Hay que diferenciar, usted con la radio tradicional enciende el equipo y la está escuchando, con la radio online usted tiene que obligadamente hacer la conectividad, si no tiene datos usted no tiene la conectividad. Entonces o diría que esa es la limitante de la radio <i>on line</i>.</p>
Pregunta 4	<p>En el ámbito laboral ¿Qué consecuencias trajo la presencia de la internet? Yo diría que no ha tenido mayor impacto. El tema del internet más bien lo que nos ha servido, nos ha ayudado en ser una herramienta tecnológica para mejorar tanto la información, la velocidad con la que recibe el material. Porque antes a nosotros nos enviaban el paquete de discos físicos y teníamos que hacer el proceso de</p>

	selección de tema, análisis de contenido antes de ponerla al aire. Ahora en cambio usted en un instante, baja la música, lo recibe y baja al computador.
Pregunta 5	¿Surgió algún cambio en el ámbito económico? Por la conectividad
Pregunta 6	Actualmente ¿cómo es la relación que mantiene la radio con la web 2.0? Yo diría que más bien con el internet hemos ganado velocidad y tiempo. Obviamente con la globalización de mercados hoy por hoy si ayer salió un tema, hoy ya lo estamos difundiendo por la radio.
Pregunta 7	¿Cuál fue el principal reto por el que atravesó la radio para ubicarse en la web? El tema era que aquí en la provincia de Cotopaxi al menos el tema del internet era deficiente. Ustedes recordaran que el servicio de conectividad inclusive en telefonía era precario, no se diga en internet. Estamos hablando recién de unas de décadas aquí en la provincia de Cotopaxi se logró ya tener fibra óptica y acceso a la conectividad. Y obviamente fuimos entrando a la par. La radio la televisión, fuimos adentrándonos en la conectividad en la web. Entonces hoy por hoy todo es normal. Además nosotros mantenemos aparte de ser una radio FM también tenemos nuestra página web. Más bien yo diría que hemos ido avanzando de la mano con la conectividad. Antes teníamos nosotros los conectores analógicos Ahora tenemos transistores digitales. Antes teníamos consolas que era manuales, hoy son consolas electrónicas que automáticamente se nivelan los audios.
Pregunta 8	¿Podría mencionar alguna diferencia entre la radio tradicional y radio <i>on line</i> ? La conectividad.
Pregunta 9	¿La audiencia en cuál de las ambas plataformas interactúa con mayor frecuencia? Nosotros tenemos adultos, mayores de 30 años que todavía les

	gusta la radio tradicional, que les gusta llamar y participar en un pronóstico deportivo y ganarse un premio. Mientras que los jóvenes prefieren <i>facebook</i> y <i>whatsapp</i> .
Pregunta 10	¿Por qué cree usted las radios han migrado a la web? Yo he hecho las dos cosas, yo me mantengo con la radio tradicional si se quiere, en la que está el locutor, en la que se contesta la llamada telefónica, se hacen concursos hay la interrelación con el oyente. Pero a la vez, también como le decía tenemos la página web. Y a través de la página web tenemos la presencia de nuestros oyentes principalmente del exterior, seleccionan las canciones, nos mandan sus opiniones, nos solicitan temas. Entonces hemos hecho un mix y porque justifica esto, porque no podemos clasificar el tipo de oyentes.
Análisis e interpretación	
Se puede deducir que el principal elemento para la radio Elite ante la web 2.0 radica en la conectividad. Pues, en sus inicios, existía una baja cobertura de internet por la ausencia de fibra óptica. Otro elemento, es la inmediatez y globalización de información, pues, mediante el apoyo del internet la radio tradicional puede ser escuchada en el exterior. Finalmente, el posicionamiento de los programas, la supervivencia de la radio y sobre todo la necesidad de contar con audiencia.	


Entrevista # 2

 <p>Universidad Técnica de Cotopaxi Facultad de Ciencias Humanas y Educación Comunicación Social</p>	
CUESTIONARIO DE ENTREVISTA	
Entrevistado: Ing. Marco Calera / Radio Nuevos Horizontes	Entrevistador: Juan Candonga
OBJETIVO: Determinar los principales elementos que incidieron en la migración de la radio tradicional a la radio multimedia.	

Transcripción	
Pregunta 1	¿Qué significa para usted la radio tradicional?
	Bueno la radio tradicional es un icono que se ha venido desarrollando a través de los tiempos hasta ahora se mantiene. Las radios tradicionales como usted las denomina aún están en auge, están transmitiendo, están al aire y tienen gran acogida actualmente por la gente.
Pregunta 2	¿Usted recuerda la radio antes de la llegada del internet?
	Bueno, reitero lo que dije. La radio tradicional es la que se está manteniendo aun. Así que no la podemos recordarla. Porque podemos divisarla y escucharla actualmente en cualquier equipo de sonido o equipo de vehículo se la escucha.
Pregunta 3	A partir de la llegada del internet ¿Qué sucedió con la radio?
	Claro que ha sufrido bajones podemos decirle respecto a la radio <i>on line</i> . Porque como todos sabemos, los teléfonos inteligentes brindan esta opción en donde pueden obtener señales de radio, señales de redes sociales, señales de audio y video que tranquilamente en el lugar que encuentren pueden sintonizar, pero, como digo la radio tradicional la que transmite por ondas hertzianas transmite hasta la actualidad.
Pregunta 4	En el ámbito laboral ¿Qué consecuencias trajo la presencia de la internet?
	En los equipos
Pregunta 5	¿Surgió algún cambio en el ámbito económico?
	Anteriormente, se transmitía por tubos de vacío, cerámicos y transistores. Y todo eso ayudo, de la mano con esta emisora por la que estoy hablando. Y, entonces en relación a la tecnología actual estamos en auge.
Pregunta 6	Actualmente ¿cómo es la relación que mantiene la radio con la web 2.0?
	En relación a la tecnología actual estamos en auge. Estamos también transmitiendo <i>on line</i> , no hemos tenido ningún

	inconveniente, hemos podido conseguir que a través del <i>streaming</i> la radio pueda transmitir por internet y por redes sociales, también.
Pregunta 7	¿Cuál fue el principal reto por el que atravesó la radio para ubicarse en la web?
	Bueno la radio prácticamente desde sus inicios siempre ha estado acompañada de la tecnología. Mi papa quien fue el dueño y propietario de esta emisora siempre ha estado acorde a la tecnología.
Pregunta 8	¿Podría mencionar alguna diferencia entre la radio tradicional y radio <i>on line</i> ?
	Anteriormente, se transmitía por tubos de vacío, cerámicos y transistores. Y todo eso ayudo, de la mano con esta emisora por la que estoy hablando.
Pregunta 9	¿La audiencia en cuál de las ambas plataformas interactúa con mayor recurrencia?
	En la tradicional.
Pregunta 10	¿Por qué cree usted las radios han migrado a la web?
	Uno no puede dejar de hacer radio solamente porque no transmita a través de la tecnología. Los empresarios de la radio tenemos que estar como le digo al acorde, al conjunto, al unirse con la tecnología para que: poder mantenerle a la radio. Si aquí a un futuro digamos que desaparecen los equipos receptores tenemos que seguir transmitiendo con la nueva tecnología, a través de la web.
Análisis e interpretación	
Para la radio Nuevos Horizontes el principal elemento que incidió en la migración de la radio tradicional a la radio multimedia es la relación que siempre ha mantenido con los cambios tecnológicos. Pues, menciona que una manera de sobrevivir, como medio, radica en trabajar en conjunto con la tecnología. Así mismo explica, que el uso de nuevas herramientas como: streaming permite una manera amplia de transmisión.	


Entrevista # 3

 <p>Universidad Técnica de Cotopaxi Facultad de Ciencias Humanas y Educación Comunicación Social</p>	
CUESTIONARIO DE ENTREVISTA	
Entrevistado: Hugo Granda / Radio Novedades	Entrevistador: Juan Candonga
OBJETIVO: Determinar los principales elementos que incidieron en la migración de la radio tradicional a la radio multimedia.	
Transcripción	
Pregunta 1	¿Qué significa para usted la radio tradicional?
	Bueno la radio tradicional es lo que todo mundo está acostumbrado a tener un medio de comunicación más directo, hacer lo que siempre se ha venido haciendo o realizando. Es decir, las noticias, la música y el entretenimiento, es la radio tradicional. Yo creo que dentro de todos los parámetros, la de ayer y la de ahora es igual.
Pregunta 2	¿Usted recuerda la radio antes de la llegada del internet?
	Claro, mire la radio de antes es igual como cuando usted se pone al frente de un televisor, el televisor que es lo que hace, le quita ese instinto de creatividad. En cambio la radio AM o FM antiguo usted tenía la oportunidad de que el locutor tenga creatividad momentánea de expresar sus ideas, su criterio e inclusive el impulso que tenía para llegar a la gente.
Pregunta 3	A partir de la llegada del internet ¿Qué sucedió con la radio?
	Como todo se va automatizando, la radio se automatizo, se volvió robótica, se volvió intrascendente y ahora con esta facilidad todo el

	mundo coge, pone una radio <i>on line</i> y a moler música.
Pregunta 4	<p>En el ámbito laboral ¿Qué consecuencias trajo la presencia de la internet?</p> <p>En lo laboral yo creo que no ha afectado a nada porque en cuanto se refiere a lo laboral, es muy diferente, yo tengo mi radio propia en internet y no he afectado a nada ni a nadie. En cambio, en la radio convencional AM o FM es muy diferente los parámetros se han afectado directamente en cuanto se refiere a la contratación de personal.</p>
Pregunta 5	<p>¿Surgió algún cambio en el ámbito económico?</p> <p>No, yo veo hasta el momento que no ha incidido. Al contrario y si hay un cambio económico es de la gente que está invirtiendo en la radio <i>on line</i>.</p>
Pregunta 6	<p>Actualmente ¿cómo es la relación que mantiene la radio con la web 2.0?</p> <p>Bueno, como se generan ventajas también se generan desventajas. Dentro de las ventajas es que los migrantes en el mundo entero a través de la radio <i>on line</i>, radio de sintonía fija en las ciudades pueden llegar a los migrantes enteros, esa es la facilidad que se tiene a través de la radio <i>on line</i>.</p>
Pregunta 7	<p>¿Cuál fue el principal reto por el que atravesó la radio para ubicarse en la web?</p> <p>Bueno si hablamos de las radios fijas que tienen su asiento en frecuencia FM o AM yo creo que no ha habido ninguna alteración, al contrario ha sido un progreso, una ventaja en cuanto se refiere a alcanzar mayor sintonía porque en cuanto se refiere, por ejemplo a la dirección de frecuencias le limitan.</p>
Pregunta 8	¿Podría mencionar alguna diferencia entre la radio tradicional y radio

	<p><i>on line?</i></p> <p>Una radio AM o FM le limitan a 5 kilos con un limitado radio de acción, pero en cambio la web 2.0 donde usted tenga señal esta la radio.</p>
Pregunta 9	<p>¿La audiencia en cuál de las ambas plataformas interactúa con mayor recurrencia?</p> <p>Yo creo que en la convencional FM. Porque usted necesitaría tener un banco de datos para estar escuchando la radio donde usted vaya. Entonces, mientras no haya un sistema de internet, un <i>wifi</i>, pues no podemos escuchar.</p>
Pregunta 10	<p>¿Por qué cree usted las radios han migrado a la web?</p> <p>No es que las radios han migrado. Porque hay la oportunidad de a través de la web, internet es llegar a ciertos puntos donde hay migrantes, donde hay hermanos ecuatorianos o definitivamente donde hay personas que tienen primero acceso al internet y segundo donde hay gente que quiere saber algo de su país. O sea, es una migración interesante, es una migración importante. Pero, si hago comparación sería la radio convencional va donde no llega la televisión, la radio tradicional va donde no hay web.</p>
Análisis e interpretación	
<p>Radio Novedades considera que la migración de la radio a la web ha sido conseguir mayor sintonía. Sobre todo, llegar a oídos ecuatorianos que se encuentran fuera de país, aunque no es su caso. Así mismo, menciona que no existe una migración total por parte de la radio convencional, ya que la misma servirá como medio de comunicación en los lugares donde no haya conectividad o no tengan acceso a una contratación de datos.</p>	

Entrevista # 4

 <p>Universidad Técnica de Cotopaxi Facultad de Ciencias Humanas y Educación Comunicación Social</p>	
CUESTIONARIO DE ENTREVISTA	
Entrevistado: Henry Vinicio Pilatasig / Color estéreo	Entrevistador: Juan Candonga
OBJETIVO: Determinar los principales elementos que incidieron en la migración de la radio tradicional a la radio multimedia.	
Transcripción	
Pregunta 1	¿Qué significa para usted la radio tradicional?
	En si la radio tradicional, como su nombre lo dice, es una radio que tiene ese nombre de tradición que se manejan con los guiones, con formatos siendo la riqueza y la pureza, las cuales uno se extraña, de las cuales ya no existen muchas. Y de las cuales si uno quiere volver hace años atrás podrán encontrar ese tipo de cuestiones, son pocas radios en el Ecuador que utilizan o tienen los guiones y formatos.
Pregunta 2	¿Usted recuerda la radio antes de la llegada del internet?
	Antes de la llegada del internet, la radio era la que se respetaba. La radio normal que es en amplitud modulada, era una de las más usadas. Hoy en día con la llegada del internet con la ruptura de este tipo de barreras tecnológicas. Todo el mundo con la nueva tecnología, todos tienen radio. Entonces se ha roto y se ha desprestigiado. Como no acordarse de que llegar a radio era un honor y hoy cualquiera puede.
Pregunta 3	A partir de la llegada del internet ¿Qué sucedió con la radio?
	A partir de la llegada del internet acaban de desprestigiar a la radio,

	<p>la riqueza, ya no hay sentido común, con todo respeto, ahora cualquier persona que tenga fluidez de palabra o más bien dicho, cualquier persona que tenga dinero porque igual para poner radio <i>online</i> se necesita dinero. Si tienes dinero y tienes una fluidez puedes hacer lo que quieras y hacer radio. Entonces se ha denigrado totalmente. Desde mi punto de vista, es un soporte y una ayuda, pero al mismo tiempo ha dejado a la radio mal parada, porque la gente piensa que así es la radio y no, eso es mentira.</p>
Pregunta 4	<p>En el ámbito laboral ¿Qué consecuencias trajo la presencia de la internet?</p> <p>En las pautas publicitarias porque las radios de internet también te ofrecen publicidad. En sí, las redes sociales se han vuelto en un quinto poder a nivel del mundo, y puede llegar a muchas personas.</p>
Pregunta 5	<p>¿Surgió algún cambio en el ámbito económico?</p> <p>Por supuesto, dicen yo prefiero o los dueños prefieren hacer su propia radio, lo que tienen sus empresas.</p>
Pregunta 6	<p>Actualmente ¿cómo es la relación que mantiene la radio con la web 2.0?</p> <p>En este caso nosotros también hemos tratado de ser parte de este mundo de la tecnología. De igual manera, no porque el hecho de que la tecnología tal vez nos ha puesto sobre la pared en publicidad. Nosotros también hemos contra atacado. Como radios conocemos y estamos con estrategias para también ofrecerles. Ellos nos dieron competencia entonces nosotros también, tuvimos que sumarnos y ser parte de esta tecnología.</p>
Pregunta 7	<p>¿Cuál fue el principal reto por el que atravesó la radio para ubicarse en la web?</p> <p>El primer reto es que la tecnología te obliga a que seas parte y este</p>

	<p>inmerso en el mundo del internet, la tecnología y globalización, te obliga a que seas parte de esto. La radio tenía que posesionarse no a nivel local sino a nivel de todo el mundo porque hay ecuatorianos que te siguen y es automáticamente como medios tienes que estar con la gente.</p>
Pregunta 8	<p>¿Podría mencionar alguna diferencia entre la radio tradicional y radio <i>on line</i>?</p> <p>Por supuesto en la radio tradicional trabajan profesionales, en la cual utilizas un guion y formatos. Pero en una radio <i>on line</i> hay no puedes hacer absolutamente nada porque eso es yo en primera persona. Y eso es una burla es una discoteca en vivo sin parámetros, por donde quiera.</p>
Pregunta 9	<p>¿La audiencia en cuál de las ambas plataformas interactúa con mayor recurrencia?</p> <p>Ingresando en el internet, en la radio se puede tener (que se yo) llegar 50 mensajes, pero en redes sociales puedes llegar a unos 150 porque abarca más.</p>
Pregunta 10	<p>¿Por qué cree usted las radios han migrado a la web?</p> <p>Porque es necesario para darte a conocer.</p>
Análisis e interpretación	
<p>Para la radio Color estéreo el principal elemento de migración a la web radica en la señal. Pues, la señal de radio <i>on line</i> es más amplia (Países) mientras que la radio tradicional (Provincias). A su vez, expresa que la radio <i>on line</i> llegó como competencia para la radio convencional ya que ha disminuido el consumo de la última. Por último, menciona que la tecnología y globalización obligo a la radio a ubicarse en la web.</p>	

Entrevista # 5


 <p>Universidad Técnica de Cotopaxi Facultad de Ciencias Humanas y Educación Comunicación Social</p>	
CUESTIONARIO DE ENTREVISTA	
Entrevistado: Pablo Tapia / Radio Hechizo	Entrevistador: Juan Candonga
OBJETIVO: Determinar los principales elementos que incidieron en la migración de la radio tradicional a la radio multimedia.	
Transcripción	
Pregunta 1	¿Qué significa para usted la radio tradicional?
	Que tal Juan Carlos muchísimas gracias por esta pequeña entrevista la radio tradicional pues hoy en día significa por la situación, por los diferentes programas culturales, educativos que hoy en día se ubica en los diferentes horarios. A través de la radio y la televisión porque esto viene para inculcarlo a nuestros hijos, a los jóvenes y adultos para que conozcan más de nuestras culturas las tradiciones de nuestro país no, hoy en día la radio tradicional con este tipo de programas se escucha mucho mejor
Pregunta 2	¿Usted recuerda la radio antes de la llegada del internet?
	Claro la radio antes de la llegada del internet pues justamente parece que había mucha gente que escuchaba más que hoy, porque hoy en día la gente se ha volcado al internet a escuchar otras radios de otros países, otras ciudades. Entonces, en sí, pues yo creo que los jóvenes principalmente se han volcado al internet, pero hay mucha gente que

	escucha la radio FM, AM que todavía tenemos acá en el Ecuador.
Pregunta 3	<p>A partir de la llegada del internet ¿Qué sucedió con la radio?</p> <p>A partir de la llegada del internet en este caso el internet a nosotros como locutores bueno hablo por mi persona me ha ayudado muchísimo porque se saca varios notas de todo tipo que incluyo en mi programación que lo realizo de lunes a viernes. En este caso el internet me ha servido muchísimo no se para otros no, pero en este caso a mí me ha ayudado mucho para recabar información de muchas cosas que se trate de día a día en los medios de comunicación.</p>
Pregunta 4	<p>En el ámbito laboral ¿Qué consecuencias trajo la presencia de la internet?</p> <p>En el ámbito laboral sirve mucho para recabar información, el internet se puede sacar cualquier cosas alguna biografía, si necesitas saber alguna biografía de algún artista. Pues, lógicamente en el internet lo encuentras si quieres dar alguna recomendación para las amas de casa también lo encuentras. Entonces el internet pues es de maravilla para trabajar hoy en día el internet y la radio van de la mano.</p>
Pregunta 5	<p>¿Surgió algún cambio en el ámbito económico?</p> <p>Un cambio si justamente se reguló los pagos a los locutores a los comunicadores sociales, a los periodistas. Entonces, lógicamente fue un cambio lo que años atrás no se lo hacía entonces hoy en día se gana un poco mejor pero hablo por mi persona en los medios de comunicación.</p>
Pregunta 6	Actualmente ¿cómo es la relación que mantiene la radio con la web

	2.0?
	Actualmente, la radio con la web lógicamente es bonita, intercambiar mensajes, saber de nuestros parientes, saber de la gente que migran a otros países por cuestiones de trabajo y nos pueden escuchar a través de medio de comunicación, escriben mensajes, saludan a sus familiares acá en su tierra. Y lógicamente, a través de la radio uno se los saluda. Entonces esto es interesante el intercambio de mensajes con nuestros coterráneos de otros lados.
Pregunta 7	¿Cuál fue el principal reto por el que atravesó la radio para ubicarse en la web?
	El reto en si pues en ubicarse en la web, tener buenas programaciones, tener programas atractivos, programas de interés. Y lógicamente, para promocionar y poder ubicarse en la web hay que saber tener una buena parrilla de programación en la radio.
Pregunta 8	¿Podría mencionar alguna diferencia entre la radio tradicional y radio <i>on line</i> ?
	En las diferencias claro que sí, pues, las radios tradicionales se las puede manejar, yo creo, cuando estamos en directo a través de la radio. Y en la web lógicamente hay bastantes diferencias en la tradicional y <i>on line</i> , porque no todas las radios trabajan con <i>on line</i> muy pocos medios los que se trabajan por las páginas web. Pero en lo que es la radio tradicional pues le veo que es más fácil trabajar porque no todo mundo tiene en este caso acceso a internet. Como quien dice el que tiene billete se paga un plan cada mes, en cambio tiene una grabadora o una radio en casa, puede escuchar una programación en radio.
Pregunta 9	¿La audiencia en cuál de las ambas plataformas interactúa con mayor

	recurrencia?
	Creo que en la tradicional, en la radio tradicional creo que la gente actúa mucho más.
Pregunta 10	¿Por qué cree usted las radios han migrado a la web?
	Yo creo que para estar más cerca de su gente, para poder llegar a los nuestros. Cabe recalcar, para la gente que vive en el exterior, para interactuar mensajes, saludar a sus familiares. Yo creo que por cuestión de tecnología la radio a emigrado a la web, pero me mantengo en lo tradicional.
Análisis e interpretación	
Para la radio Hechizo el principal elemento que influyó en la migración a la web es en convertirse un medio que mantenga una comunicación global. Pues, su principal interés es crear programas atractivos que inciten a que el individuo nacional y extranjero sea parte de la radio. A su vez, expresa que el ámbito económico mejoró la paga del comunicador social ya que debe tener nuevos conocimientos en elementos multimedia.	

Entrevista # 6

	<p>Universidad Técnica de Cotopaxi</p> <p>Facultad de Ciencias Humanas y Educación</p> <p>Comunicación Social</p>
CUESTIONARIO DE ENTREVISTA	
Entrevistado: Mauricio Tama y / Radio Latina	Entrevistador: Juan Candonga
OBJETIVO: Determinar los principales elementos que incidieron en la migración de la radio tradicional a la radio multimedia.	

Transcripción	
Pregunta 1	<p>¿Qué significa para usted la radio tradicional?</p> <p>Bueno la radio tradicional como me haces la pregunta, es la radio que estuvimos acostumbrados hasta el momento las estaciones siguen con sus equipos análogos, con sus equipos que tienen la consola, tienen sus micrófonos. Pues, en sonido análogo, pues ahora la tecnología ha avanzado bastante y también es un reto que hay que superar para pasar de la radio tradicional a la nueva radio</p>
Pregunta 2	<p>¿Usted recuerda la radio antes de la llegada del internet?</p> <p>Claro pues, la radio era antes de que llegue el internet teníamos limitaciones, en el mismo sentido musical. Teníamos por ejemplo que esperar a que el artista trajera sus temas o para promocionar temas musicales, pues era limitado. Limitación para presentar temas de interés, aparte de la empresa que existía, solo repetíamos lo que ya estaba puesto en la prensa y nada ma. O sea no podíamos tener acceso a otras fuentes.</p>
Pregunta 3	<p>A partir de la llegada del internet ¿Qué sucedió con la radio?</p> <p>Llega el internet y automáticamente la radio se vuelve una locura porque gracias al internet, pues, pudimos acceder a muchas plataformas. Podíamos al instante si algún oyente nos solicita un tema musical y si no hay en nuestra base de datos podíamos descargarla. O sea para nosotros ha sido una herramienta muy importante lo que es medio de comunicación radio.</p>
Pregunta 4	<p>En el ámbito laboral ¿Qué consecuencias trajo la presencia de la internet?</p> <p>Bueno ahí tiene su lado negativo para nosotros lo que es la estación porque muchas personas prefirieron gratis desde que apareció el</p>

	internet
Pregunta 5	<p>¿Surgió algún cambio en el ámbito económico?</p> <p>Lógicamente, la gente prefirió pautar a precios más bajos que les ofrece en radios <i>on line</i> y lógicamente que pues se ve afectado. Incluso se ve afectado la radio porque tuvo que dar precios más bajos de los que estaban pautados.</p>
Pregunta 6	<p>Actualmente ¿cómo es la relación que mantiene la radio con la web 2.0?</p> <p>Bueno el beneficio con la web, damos posicionamiento de la radio nosotros damos a conocer al mundo. Yo creo que ha sido una ayuda para andar en conjunto. Por ejemplo la radio con lo que es la web en realidad pues, se posesiona más nos da la ventaja de poder promocionar los programas y promocionar todo lo que tenemos aca como programas de la radio y si, es una buena herramienta la web 2.0</p>
Pregunta 7	<p>¿Cuál fue el principal reto por el que atravesó la radio para ubicarse en la web?</p> <p>El costo porque el costo para estar en la web por 24 horas debemos asumir un costo que al inicio, hoy no estoy al tanto. Al inicio era elevado, ahora x la relación de posteo el costo disminuyó.</p>
Pregunta 8	<p>¿Podría mencionar alguna diferencia entre la radio tradicional y radio <i>on line</i>?</p> <p>Por ejemplo, que nosotros tenemos limites por la Lei de comunicación al momento de hacer un programa, pero en la radio <i>on line</i> uno hace el programa con todas las ventajas que ofrece la plataforma.</p>
Pregunta 9	<p>¿La audiencia en cuál de las ambas plataformas interactúa con mayor recurrencia?</p>

	Desde que la radio tradicional ha sido transmitida por la radio <i>on line</i> tenemos una ventaja grande porque nos escuchan gente de muchos países de muchos lugares y la tradicional tenemos limitación siendo radio regional. Ahora con la radio <i>on line</i> que estamos, pues, no escuchan en todo el mundo.
Pregunta 10	¿Por qué cree usted las radios han migrado a la web?
	Por los costos, un costo mensual radial me imagino debe ser costoso, por personal y todas las obligaciones que tiene y por la publicidad. La gente opta por pautar más en <i>on line</i> .
Análisis e interpretación	
Radio Latina es un medio que se mantiene tradicional, pues, considera que la radio <i>on line</i> ha degradado el uso de la convencional, ocasionando una pérdida de dinero en pautas publicitarias, pues en la web la publicidad resulta, en ocasiones, gratis.	

Entrevista # 7


 <p>Universidad Técnica de Cotopaxi Facultad de Ciencias Humanas y Educación Comunicación Social</p>	
CUESTIONARIO DE ENTREVISTA	
Entrevistado: Patricio Aldana / Radio Latacunga	Entrevistador: Juan Candonga
OBJETIVO: Determinar los principales elementos que incidieron en la migración de la radio tradicional a la radio multimedia.	
Transcripción	
Pregunta 1	¿Qué significa para usted la radio tradicional?
	La radio tradicional, sin duda podemos decirle por la gente que

	trabaja en un medio o por la tecnología que se utiliza. Pero, la tradicional es la emisora que aún continúa con una programación un poco más interna o local. Radio tradicional o abierta, la que tenemos o contamos con un transmisor para que cubra un solo sector limitado geográfico y de personas. Todavía tenemos los transmisores de señal abierta para poder llegar.
Pregunta 2	<p data-bbox="505 575 1391 640">¿Usted recuerda la radio antes de la llegada del internet?</p> <p data-bbox="505 640 1391 934">Sin duda, creo que muchos de los que estamos acá hemos tenido esa oportunidad de que lo que llamamos la radio analógica o el sonido analógico. Hemos caminado de lo analógico a lo digital, queremos recordarle los tornamesas o discos de acetato, cassette, cintas ha cartuchos son los materiales que utilizábamos en tiempos anteriores.</p>
Pregunta 3	<p data-bbox="505 934 1391 999">A partir de la llegada del internet ¿Qué sucedió con la radio?</p> <p data-bbox="505 999 1391 1348">Con el internet y la digitalización de la radio, nos dio muchas más posibilidades de expandirnos, llegar más lejos, de la inmediatez también, aparte de que la radio siempre ha sido inmediata más que la televisión. En la actualidad con toda esta tecnología la inmediatez es parte fundamental de la radio. Nos ha ayudado a salir con nuestra información y recibir información de otros lados.</p>
Pregunta 4	<p data-bbox="505 1348 1391 1451">En el ámbito laboral ¿Qué consecuencias trajo la presencia de la internet?</p> <p data-bbox="505 1451 1391 1837">Todo depende porque y muchas instituciones que una sola persona sentada frente al computador puede hacer miles de cosas. Pero, en otras instituciones toca nuevamente especializar a gente que se encarga de lo que es la multimedia, de captar la información otros de recibir y otros de crear productos para la internet. Entonces se ha ido cada vez de pronto especializando, como digo, depende de la institución. Algunos han recortado personal para que una sola</p>


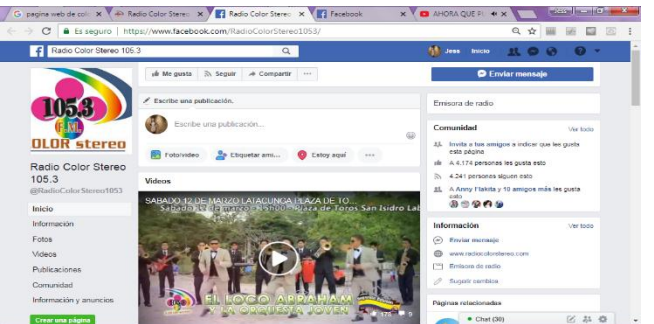

	persona se encargue de todo.
Pregunta 5	<p>¿Surgió algún cambio en el ámbito económico?</p> <p>Pues sí, El dueño programa en la computadora y deja ahí. Anteriormente teníamos el operado, locutor, productor y la parte administrativa. Por lo menos eran tres personas que se encargaban de una programación o emisora.</p>
Pregunta 6	<p>Actualmente ¿cómo es la relación que mantiene la radio con la web 2.0?</p> <p>Bueno, nosotros en la web creo que hemos sido pioneros de muchas cosas, fue una de las primeras emisoras en estar con sus señales <i>on line</i>. Tenemos las señales de AM, FM y varios años que vamos de las dos señales en <i>on line</i>.</p>
Pregunta 7	<p>¿Cuál fue el principal reto por el que atravesó la radio para ubicarse en la web?</p> <p>Primeramente, el reto creo que fue buscar el propósito ¿Para qué? ¿Por qué? y se dijo que si hay un cotopaxense que necesite recibir el mensaje, ahí está el trabajo. Nos proyectamos en eso, esa era la visión, lo que debíamos era buscar donde colocar la señal y los costos de ese tiempo, pues no había muchos servicios para hacer <i>streaming</i>.</p>
Pregunta 8	<p>¿Podría mencionar alguna diferencia entre la radio tradicional y radio <i>on line</i>?</p> <p>Bien, la tradicional simplemente vamos llevando el mensaje por audio. Por internet ya no solo se lleva el audio, puedes llevar texto, imágenes, videos hay un sin número de cosas de información. Eso nos ayuda en cantidad. También obliga a las instituciones a forzar el trabajo.</p>
Pregunta 9	¿La audiencia en cuál de las ambas plataformas interactúa con mayor



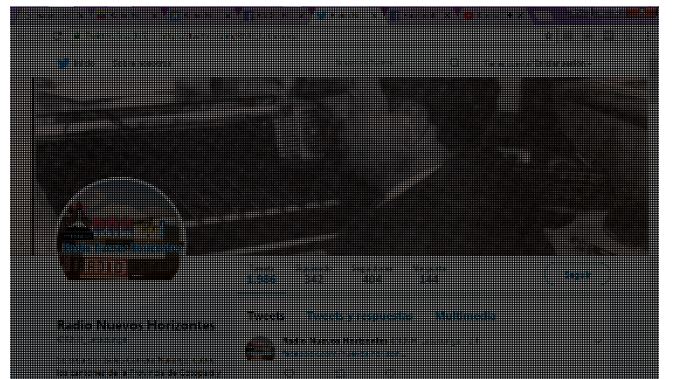
	recurrencia?
	Hemos visto que en la actualidad es el internet la segunda plataforma que se interactúa antes era las líneas físicas. Pero por redes sociales es donde más participación se tiene.
Pregunta 10	¿Por qué cree usted las radios han migrado a la web?
	Primeramente creo que es por facilidades, cada persona puede tener en la actualidad su emisora, medio de comunicación y entrar a la famosa transmedia. Creo que es sencillo y fácil de esta manera por costos y movilidad a través de su celular.
Análisis e interpretación	
La accesibilidad ha sido el principal elemento que ha incidido en la transmisión de la frecuencia de la radio Latacunga mediante <i>on line</i> . A sí mismo, menciona que el mantener contacto con personas nacionales y extranjeras ha sido su misión.	



Seguidamente se presenta la ficha de observación que permitió identificar la presencia de las radios tradicionales, de Latacunga, en la web 2.0. Se ha tomado como puntos de referencia las siguientes plataformas: página web, *Facebook*, *twitter* y otros.




		Universidad Técnica de Cotopaxi Facultad de Ciencias Humanas y Educación Comunicación Social	
FICHA DE OBSERVACIÓN			
Objetivo: Identificar la presencia de las radios tradicionales, de Latacunga, en la web 2.0.			
Instrucciones: Se marca con (X) dentro del casillero correspondiente, teniendo las opciones: SI o NO.			
RADIO ELITE			
SITIO	SI	NO	EVIDENCIA

S			
Página web			
Redes sociales	SI	NO	
Facebook			
Twitter			
Otros			
RADIO COLOR ESTEREO			
SITIOS	SI	NO	

<p>Página web</p>			
<p>Redes sociales</p>	<p>SI</p>	<p>NO</p>	
<p>Facebook</p>	<p>X</p>		
<p>Twitter</p>		<p>X</p>	
<p>Otros</p>	<p>soundcloud</p>		
<p>RADIO NUEVOS HORIZONTES</p>			
<p>SITIOS</p>	<p>SI</p>	<p>NO</p>	

<p>Página web</p>	<p>X</p>		
<p>Redes sociales</p>	<p>SI</p>	<p>NO</p>	
<p>Facebook</p>	<p>X</p>		
<p>Twitter</p>	<p>X</p>		
<p>Otros</p>			
<p>RADIO LATINA</p>			
<p>SITIOS</p>	<p>SI</p>	<p>NO</p>	
<p>Página web</p>		<p>X</p>	


Redes sociales	SI	NO	
Facebook	X		
Twitter		X	
Otros	Youtube		
RADIO LATA CUNGA			
SITIOS	SI	NO	

<p>Página web</p>	<p>X</p>	
<p>Redes sociales</p>	<p>SI NO</p>	
<p>Facebook</p>	<p>X</p>	
<p>Twitter</p>	<p>X</p>	
<p>Otros</p>		

RADIO HECHIZO			
SITIO S	SI	NO	
Página web	x		
Redes sociales	SI	NO	
Facebook	x		
Twitter	x		
RADIO NOVEDADES			
SITIO S	SI	NO	

Página web		X	
Redes sociales	SI	NO	
Facebook		X	
Twitter		X	
Otros			
Análisis e interpretación			
Se pudo identificar que la mayoría de las radios tradicionales de Latacunga cuentan con espacios en la web 2.0. Mediante su propia página web (radio on line), así mismo a través de redes sociales como: <i>Facebook</i> y <i>twitter</i> . E inclusive, pocos casos, por <i>soundcloud</i> y <i>YouTube</i> . Sin embargo, existe la radio (Novedades) que no forma parte de ninguna de las plataformas anteriormente nombradas, conservándose aun como radio convencional.			

Por último, se muestra la ficha de observación que permitió cumplir con el objetivo de analizar la interacción de la audiencia en las plataformas sociales de la radio en el ecosistema digital, en base a las publicaciones de la última semana.

	<p>Universidad Técnica de Cotopaxi</p> <p>Facultad de Ciencias Humanas y Educación</p> <p>Comunicación Social</p>
FICHA DE OBSERVACION	

Objetivo: Analizar la interacción de la audiencia en las plataformas sociales de la radio en el ecosistema digital.

Instrucciones: Se ubica las siguientes opciones:

Si: Cuando tiene la opción.

No: Cuando no tiene la opción.

Funcional: Cuando tiene la opción y funciona.

No funcional: Cuando tiene la opción, pero no funciona.

Sin perfil: cuando no tiene la plataforma señalada.

RADIO ELITE

PLATAFORMAS	Pautas	Auspiciantes	diarios	Publicacion es diarias	Visitas
Página web	No	No Chat	Último en Junio (Saludos)	Último en Septiembre del 2015	15716
	Streaming de video		Streaming de audio		
	No funcional		Funcional		
PUBLICACIONES	Comentan	Reaccionan	Comparten O retwittear	Reproducen	
Facebook Última 02/07/2018	No	7 me gusta	6 veces	No	

<i>Twitter</i> Última 12/11/2015	Ninguno	Ninguno	1 retwitter	No	
Análisis e interpretación					
Elite cuenta con todas las plataformas utilizadas para la ficha. Sin embargo, la audiencia mantiene poca interacción con las mismas. Esto debido a que las plataformas no contienen publicaciones actualizadas, a excepción de Facebook.					
RADIO NUEVOS HORIZONTES					
PLATAFORMAS	Pautas	Auspiciantes	Chat diarios	Publicaciones diarias	Visitas
Página web	No	No	No	No	No
	Streaming de video		Streaming de audio		
	No		Funcional		
PUBLICACIONES	Comentan	Reaccionan	Comparten O retwittear	Reproducen	
<i>Facebook</i> Última 03/07/2018	No	1 me gusta	No	No	
<i>Twitter</i> Última 05/07/2018	No	No	No	No	

Análisis e interpretación					
La página web de la radio no incentiva la interacción con la audiencia, ya que no contiene elementos multimedia a excepción del <i>streaming</i> de audio. En redes sociales se aprecia que aunque las publicaciones son actualizadas no existen respuestas por los usuarios.					
RADIO COLOR STEREO					
PLATAFORMAS	Pautas	Auspiciantes	Chat diarios	Publicaciones diarias	Visitas
Página web	Si (1)	Si (2)	Último en 05/07/2018	No	Si
	Streaming de video		Streaming de audio		
	Ninguno		Funcional		
PUBLICACIONES	Comentan	Reaccionan	Comparten O retwittear	Reproducen	
<i>Facebook</i> Última 22/02/2016	9 comentarios	176 me gusta	191 veces	15 mil veces	
<i>Soundcloud</i> Última	No	No	No	659 reproducciones	
Análisis e interpretación					

Se evidencia que Color estéreo mantiene un buen manejo de la página web en cuanto a interacción social a pesar de carecer de *streaming* de video y publicaciones. Sin embargo, Facebook es la única red social con la que cuenta y no ha sido actualizada 2 años. Por ende, no se evidencia interacción social.

RADIO LATACUNGA

PLATAFORMAS	Pautas	Auspiciantes	Chat diarios	Publicaciones diarias	Visitas
Página web	No	No	No	No	No
	Streaming de video		Streaming de audio		
	No contiene		Funcional		
PUBLICACIONES	Comentan	Reaccionan	Comparten O retwittear	Reproducen	
<i>Facebook</i> Última 05/07/2018	No	3 me gusta	No	No	
<i>Twitter</i> Última 05/07/2018	No	7 me gusta	3 <i>retwitter</i>	No	

Análisis e interpretación

Radio Latacunga cuenta con una radio *online* pero sin contenidos ni elementos multimedia por ende no existe interacción con la audiencia. Se muestra una ligera interacción de los usuarios en las redes, vale mencionar que las publicaciones son

actualizadas todos los días.					
RADIO HECHIZO					
PLATAFORMAS	Pautas	Auspiciantes	Chat diarios	Publicaciones diarias	Visitas
Página web	No	No	No	No	Si
	<i>Streaming de video</i>		<i>Streaming de audio</i>		
	No contiene		Funcional		
PUBLICACIONES	Comentan	Reaccionan	Comparten	Reproducen O retwittear	
<i>Facebook</i> Última 19/06/2018	12 comentarios	652 varias	42 veces	No	
<i>Twitter</i> Última 11/06/2018	No	No	No	No	
Análisis e interpretación					
Radio Hechizo cuenta con un espacio en la web, sin embargo, lo hace solamente a través de <i>streaming</i> de audio. Mediante las redes sociales se observa los contenidos colgados en sus cuentas no son actualizados, sin embargo, se visualiza que las publicaciones que se han realizado han sido punto de interacción.					

RADIO LATINA					
PLATAFORMAS	Pautas	Auspiciantes	Chat diarios	Publicaciones diarias	Visitas
Página web	Sin perfil				
	<i>Streaming de video</i>		<i>Streaming de audio</i>		
	Sin perfil				
PUBLICACIONES	Comentan	Reaccionan	Comparten	Reproducen O retwittear	
Facebook Última 22/04/2018	No	112 varios	14 veces	No	
Twitter	Sin perfil				
Análisis e interpretación					
Radio Latina no cuenta con página web manteniéndose como radio convencional en su desenvolvimiento mayoritario, pues, en redes sociales solo cuenta con Facebook y sus publicaciones son mensuales.					
RADIO NOVEDADES					
PLATAFORMAS	Pautas	Auspiciantes	Chat diarios	Publicaciones diarias	Visitas

Página web	Sin perfil			
	<i>Streaming de video</i>		<i>Streaming de audio</i>	
	Sin perfil			
PUBLICACIONES	Comenta	Reaccionan	Comparten	Reproducen O retwittear
<i>Facebook</i>	Sin perfil			
<i>Twitter</i>	Sin perfil			
Análisis e interpretación				
Se puede mencionar que radio Novedades no cuenta con ninguna plataforma de interacción social, conservándose como una radio tradicional.				

12. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO

Detalle	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Equipos	Cámara Grabadora	2	2	4.00
Insumos	Alimentación	10	2.00	20.00
Servicios Técnicos	Computadoras	3	1.50	4.50
Copias	Copias para las entrevistas	30	0.5	2.00
Publicaciones (empastado)	Anillados	8	3.00	24.00

Total		117
--------------	--	------------

Elaborado por: Juan Candonga

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Para concluir la investigación se dirá que de siete radios tradicionales laticungueñas; cinco de ellas ya son parte de la web 2.0 mediante el uso de plataformas digitales como: página web, *facebook*, *twitter*. En algunos casos, *soundcloud* y *YouTube*. Sin embargo, existen dos radiodifusoras que continúan su transmisión como medio convencional, es decir, no son parte de la hipermedia.
- El principal elemento para que la radio tradicional realice su transmisión mediante la web, radica en la sobrevivencia como medio. Pues, la mayoría de radiodifusoras consideran que, a partir de la llegada del internet, el medio radial ha perdido sintonía. Es por ello que la radio convencional se ha transformado y ha aprendido a trabajar de manera conjunta, dando surgimiento a la radio *on line*.
- La audiencia, es otro elemento que incidió para que la radio haga uso de plataformas web. Pues, con la aparición de las redes sociales, el surgimiento de nuevas generaciones (nativas digitales) y la migración de ecuatorianos. La mayoría de personas empezaron a consumir señal abierta. Es ahí, donde la radio empezó a generar nuevos modos de comunicación, mediante contenidos multimedia (audio, texto, imagen y video), con el objetivo de no perder audiencia y conservar el don que caracteriza a la radio, es decir, *el feedback*.
- La mayoría de las radios tradicionales de Latacunga (cinco) cuentan con plataformas sociales, sin embargo, se ha podido evidenciar que existe un nivel bajo de interacción entre el medio *on line* y el usuario. Pues, las publicaciones (página web, *facebook* y *twitter*) no son actualizadas y a su vez no reciben respuestas ni reacciones por parte del receptor, lo que provocaría el desinterés de la audiencia en sus plataformas digitales.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los emisores radiofónicos una capacitación en cuanto a manejo de herramientas multimedia (audio y video) y redes sociales o, la contratación de un *community manager* con el objetivo explotar al máximo las plataformas digitales, en especial, la página web de la radio. Es decir, complementarla con contenidos actualizados y de interés para el tejido social.
- En el ámbito de las redes sociales se recomienda incentivar la participación del usuario o seguidor, mediante trivias, sorteos o concursos, teniendo en cuenta que *facebook* es la red social más utilizada por las personas.
- Por último, se estima que realizar un estudio comparativo entre la radio tradicional y radio digital en cuanto a interacción social, tomando como base el presente estudio, aportará al desarrollo social investigativo.

14. BIBLIOGRAFIA

- AIMC, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2012) RADIO: tradicional vs *Online*, 1-22.
- Alonso. (2014). Radio y Redes sociales: la interactividad radiofónica en los *Morning Shows* en España de la Revista Congreso Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Estudio sobre el manejo periodístico, 690-691.
- Arias, F. (2006). Proyecto de investigación: introducción a la metodología científica (5° ed.), 7-8.

- Badia & Costales. (2016). La audiencia radiofónica cubana en un contexto de cambios de la Primera Revista Digital Especializada en Comunicología Razón y Palabra. *Razón y palabra*, 228-229.
- Barrios, A. (2011) De la onda a la web: paralelo entre la radio convencional y la radio virtual. (*Tesis de pregrado y posgrado*) Universidad de Bogotá. Colombia.
- Barrios, A. (2013). La radio en la era de la sociedad digital. *Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*. (5), 41-53.
- Benassini, C. (2014). De audiencias a prosumidores. Acercamiento conceptual. *Revista luciérnaga*. (12), 16-29.
- Benjamín, M. (2012). Comunicación Radiofónica. *edit. Balsebre*, 89-90. Recuperado de: <http://www.radiouniversidad.unlp.edu.ar/content/institucional>
- Boada, A. (2012). Influencia de las radios online. *Edit. Contramaestre*, 8-9.
- Casajús. (2016). La presencia de las radios universitarias españolas en las redes sociales. *Comunicación y hombre*, 291-292.
- Checa, F. (2009). De la onda a web: Alternativas de participación para los comunicadores. *Chasqui*. (105), 68-73
- Félix, M. (2010). La Radio Difusión. *Radio Revista Online*, 96-97. Recuperado de: <http://www.facsouce.info/home/contenidos.php>

- Gabay & Sedici. (2014). Transformaciones de la radio en la era digital: el impacto del nuevo entorno tecnológico, 2-3.
- Gabay. (2013). Transformaciones de la radio en la era digital: el impacto del nuevo entorno tecnológico del portal SEDICI. *Repositorio institucional de la UNLP*, 6-7.
- García. (2015). Concentración y diversidad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México. *Comunicación y sociedad*, 46-47.
- González, F. (2015). La radio y la tecnología. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas. 1*, 205-207.
- González, M. (2010). La ciberradio. Nueva alternativa de futuro para la radio. *Revista de estudios de juventud*. 51- 61
- González, M. (2014,). Las emisoras de radio de Ecuador debutan en la gestión de redes sociales. *VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*. Universidad de la Laguna.
- Kuznik, A. Hurtado, A. Espinal, A. (2010). El uso de las encuestas de tipo social en traductología. Universidad Autónoma de Barcelona. (*tesis de pregrado*). Barcelona.


- Larrañagaña. (2008). Análisis económico de la evolución de las audiencias de los medios tradicionales e impacto de Internet en su consumo. *Revista científicas complutenses*, 2-3.
- Lema, D. (2012). La radio en los procesos Migratorios. *Edit. u. politécnicos salesianos Quito*, 19-20.
- López, I. (2010). Radios Online manual de Radialistas, 18-19. Recuperado de: <https://www.aciprensa.com/nradio/>
- López. (2006). La Radio Por Internet: La Radio Sin Fronteras. *Revista Razón y Palabra*, 1-2.
- Martínez C. (2011). Medios Masivos Ciudad de México. *Unex Edit*, 18-19. Recuperado de: www.mediosdecomunicacionmasivosenmexico.com
- Montero, G. (2015) Sistematización de la experiencia comunicacional de la radio Franciscana Radio Misión San Antonio de la ciudad de Zumba provincia de Zamora Chinchipe. (*Tesis de pregrado*) Universidad Central del Ecuador. Quito – Ecuador.
- Mullo, A. Yaguana, H. (2017) El prosumer en la construcción del discurso radiofónico: análisis de casi de las radios ecuatorianas de Cotopaxi y Tungurahua. *Revista mediterránea de comunicación*. 8(2), 241-260.

- Negrín. (2015). La radio de toda la vida del sitio web Círculo de Creativos Argentinos 35. *Revista Global Medial Journal*, 9-10.
- Noriega. (2013). El impacto tecnológico de la radio ligada a la comunicación social en la educación. *Revista de teoría e historia del diseño*, 3-4.
- Piedra. (2015). Propuesta estratégica para la transición de radioemisoras en amplitud modulada (AM) a radios *on line* del portal Repositorio Institucional del portal SEDICI. *Repositorio institucional de la universidad del Azuay*. 37-38.
- Prieto, I. Durante, E. (2007). La evolución de la radio y las implicaciones tecno-socio-culturales en la audiencia: de oyente a usuario en la recepción de mensajes. *Espacio abierto* 12(002), 313-329.
- Rives & Gutiérrez. (2015). Los nuevos movimientos sociales, el uso de las TIC y su impacto social. *Revista latina de comunicación social*, 55-56.
- Rives. (2002). Las emisoras de radio del estado español en internet. *Revista Dialnet*, 6-7.
- Rlbes, X. Monclús, B. Gutiérrez, M. (2015) Del oyente al radio prosumer. Gestión de la participación de la audiencia en la radio del siglo XXI. *Tripodos* (36), 55-74.

- Robles, A. (2012) Reseña “Radio 3.0 una radio para una nueva era. La democratización de los de los contenidos”. *Sphera Pública*. 12, 219 – 283.
- Roldan. (2016). Análisis de la radio online en el proceso de aprendizaje en los estudiantes de FACSO. *Repositorio digital de la universidad de Guayaquil*, 17-18.
- SABINO, C. (2010). El Proceso de Investigación. *El Cid Editor*, 1-2.
- Silva, Y. (2011). Implementación de la radio online "La Fonola" en el Centro de Medios de la Carrera de Comunicación de la UPS-Campus Girón. *Repositorio General de la universidad politécnica salesiana*, 1-2.
- Soengas, X. (2012). Retos de la radio en los escenarios de la convergencia digital. *Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*. (5), 23-35.
- Videla & Piñeiro. (2013). Hacia una “radio social”. Interacción, proyección y repercusión de las cadenas españolas en las redes sociales de la Revista Icono 14 de Comunicación y Tecnologías Emergentes. *Revista icono 14*, 87-88.

ANEXOS

- Cuestionario de entrevista

 <p>Universidad Técnica de Cotopaxi Facultad de Ciencias Humanas y Educación Comunicación Social</p>	
CUESTIONARIO DE ENTREVISTA	
Entrevistado:	Entrevistador:
OBJETIVO:	
Transcripción	
Pregunta 1	¿Qué significa para ud la radio tradicional?
Pregunta 2	¿Ud recuerda la radio antes de la llegada del internet?
Pregunta 3	A partir de la llegada del internet ¿Qué sucedió con la radio?
Pregunta 4	En el ámbito laboral ¿Qué consecuencias trajo la presencia de la internet?
Pregunta 5	¿Surgió algún cambio en el ámbito económico?
Pregunta 6	Actualmente ¿cómo es la relación que mantiene la radio con la web 2.0?
Pregunta 7	¿Cuál fue el principal reto por el que atravesó la radio para ubicarse en la web?

Pregunta 8	¿Podría mencionar alguna diferencia entre la radio tradicional y radio on line?
Pregunta 9	¿La audiencia en cuál de las ambas plataformas interactúa con mayor frecuencia?
Pregunta 10	¿Por qué cree ud las radios han migrado a la web?
Análisis e interpretación	


- Ficha de observación

 <p>Universidad Técnica de Cotopaxi Facultad de Ciencias Humanas y Educación Comunicación Social</p>			
FICHA DE OBSERVACIÓN			
Objetivo: Identificar la presencia de las radios tradicionales, de Latacunga, en la web 2.0.			
RADIO ELITE			
SITIOS	SI	NO	EVIDENCIA
Página web			
Redes sociales	SI	NO	
<i>Facebook</i>			
<i>Twitter</i>			

Otros			
RADIO COLOR ESTEREO			
SITIOS	SI	NO	
Página web			
Redes sociales	SI	NO	
Facebook			
Twitter			
Otros			
RADIO NOVEDADES			
SITIOS	SI	NO	
Página web			
Redes sociales	SI	NO	
Facebook			
Twitter			
Otros			
RADIO HECHIZO			
SITIOS	SI	NO	
Página web			
Redes sociales	SI	NO	
Facebook			
Twitter			
Otros			
RADIO LATINA			
SITIOS	SI	NO	
Página web			
Redes sociales	SI	NO	

Facebook			
Twitter			
Otros			
RADIO LATACUNGA			
SITIOS	SI	NO	
Página web			
Redes sociales	SI	NO	
Facebook			
Twitter			
Otros			
NUEVOS HORIZONTES			
SITIOS	SI	NO	
Página web			
Redes sociales	SI	NO	
Facebook			
Twitter			
Otros			
Análisis e interpretación			

- Ficha de observación

	<p>Universidad Técnica de Cotopaxi</p> <p>Facultad de Ciencias Humanas y Educación</p> <p>Comunicación Social</p>
FICHA DE OBSERVACION	

Objetivo: Analizar la interacción de la audiencia en las plataformas sociales de la radio en el ecosistema digital.

RADIO

PLATAFORMAS	Pautas	Auspiciantes	Chat diarios	Publicaciones diarias	Visitas
Página web					
PUBLICACIONES	Comentan	Reaccionan	Comparten	Reproducen	
Facebook					
Twitter					
Otros					

RADIO

PLATAFORMAS	Pautas	Auspiciantes	Chat diarios	Publicaciones diarias	Visitas
Página web					
PUBLICACIONES	Comentan	Reaccionan	Comparten	Reproducen	
Facebook					
Twitter					
Otros					

RADIO

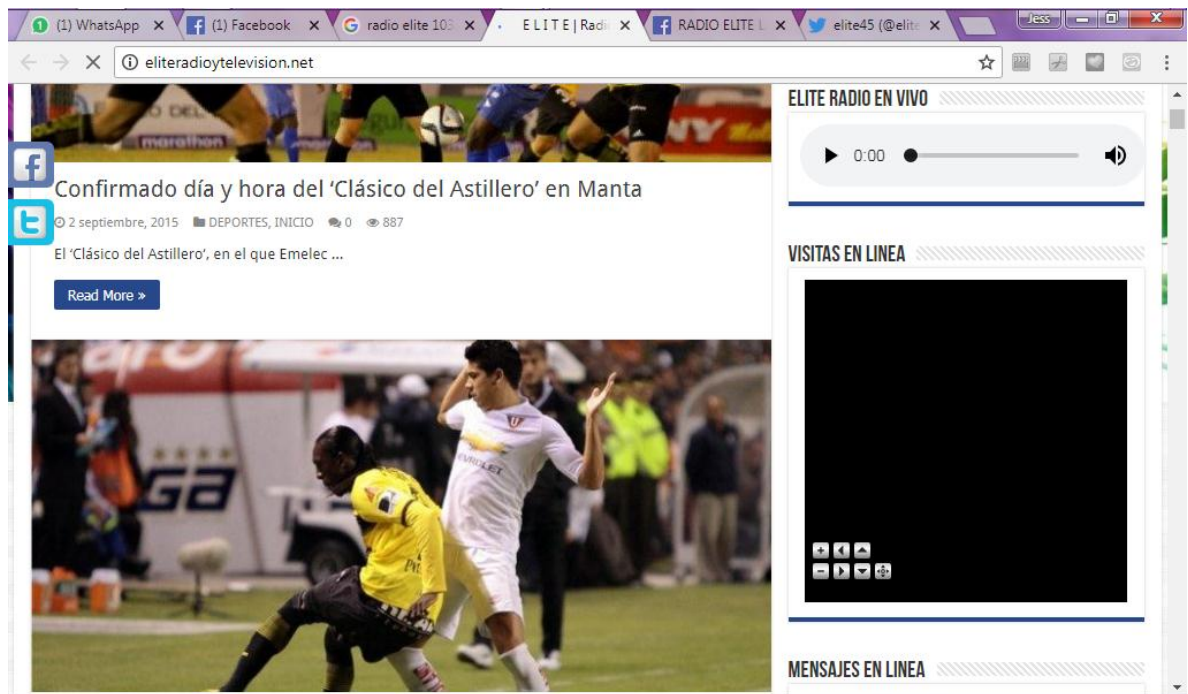
PLATAFORMAS	Pautas	Auspiciantes	Chat diarios	Publicaciones diarias	Visitas
Página web					
PUBLICACIONES	Comentan	Reaccionan	Comparten	Reproducen	
Facebook					
Twitter					
Otros					

RADIO

PLATAFORMAS	Pautas	Auspicientes	Chat diarios	Publicaciones diarias	Visitas
Página web					
PUBLICACIONES	Comentan	Reaccionan	Comparten	Reproducen	
Facebook					
Twitter					
Otros					
RADIO					
PLATAFORMAS	Pautas	Auspicientes	Chat diarios	Publicaciones diarias	Visitas
Página web					
PUBLICACIONES	Comentan	Reaccionan	Comparten	Reproducen	
Facebook					
Twitter					
Otros					
RADIO					
PLATAFORMAS	Pautas	Auspicientes	Chat diarios	Publicaciones diarias	Visitas
Página web					
PUBLICACIONES	Comentan	Reaccionan	Comparten	Reproducen	
Facebook					
Twitter					
Otros					
RADIO					
PLATAFORMAS	Pautas	Auspicientes	Chat diarios	Publicaciones diarias	Visitas
Página web					
PUBLICACIONES	Comentan	Reaccionan	Comparten	Reproducen	

Facebook				
Twitter				
Otros				
Análisis e interpretación				

- Capturas de pantalla



Browser tabs: (1) WhatsApp, (1) Facebook, radio elite 103.3, RADIO ELITE L, elite45 (@elitv_45)

Address bar: Es seguro | https://www.facebook.com/RADIO-ELITE-LATACUNGA-1033-FM-235201403167996/

Page title: RADIO ELITE LATAACUNGA 103.3 FM

Navigation: Inicio, Siguendo, Compartir, ...

Left sidebar: RADIO ELITE LATAACUNGA 103.3 FM, Inicio, Información, Fotos, Vídeos, Publicaciones, Comunidad, Información y anuncios, [Crear una página](#)

Main content:

- Image: A photograph of a paved area with a circular manhole cover and some debris.
- Interactions: Me gusta, Comentar, Compartir
- Stats: 7 likes, 6 veces compartido
- Comment box: Escribe un comentario...

Right sidebar:

- Enviar mensaje
- Páginas que le gustan a esta página: Noise Music Dee...
- Idiomas: Español · English (US) · Italiano · Português (Brasil) · Français (France)
- Footer: Privacidad · Condiciones · Publicidad · Opciones de anuncios · Cookies · Más · Facebook © 2018

Chat: Chat (38)

Browser tabs: (1) WhatsApp, (1) Facebook, radio elite 103.3 on, elite45 (@elitv_45)

Address bar: Twitter, Inc. [US] | https://twitter.com/elitv_45

Page title: elite45 (@elitv_45)

Navigation: Inicio, Sobre nosotros, Buscar en Twitter, ¿Tienes cuenta? Iniciar sesión

Profile header:

- Profile picture: elite i TELEVISION CANAL 45
- Stats: Tweets 38, Siguiendo 128, Seguidores 112, Me gusta 12
- Follow button: Seguir

Profile bio:

- elite45 @elitv_45
- Se unió en enero de 2014

Recent tweets:

- Tweet 1: elite45 @elitv_45 · 12 nov. 2015. eliteradioytelevision.net transmisión en directo del partido. ECUADOR VS URUGUAY.
- Tweet 2: elite45 @elitv_45 · 10 sept. 2015. Amotinamiento en el centro de rehabilitación de Cotopaxi Militares y policías secaron el lugar para mayor seguridad

Footer: ¿Nuevo en Twitter? ¡Regístrate ahora para obtener tu propia cronología personalizada!

Este página web se diseñó con la plataforma **WIX.com**. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)

Sobre Radio Nuevos Horizontes | VISITAS | GALERIA | PROGRAMACION | CONTACTENOS | RENDICION DE CUENTAS 2017



Radio Nuevos Horizontes
AM 1460 KHz

Radio Nuevos Horizontes de Latacunga, es una emisora que se ha caracterizado por su responsabilidad y puntualidad, con una programación informativa y musical tiene gran sintonía, comprobada en personas de todas las edades.

radios online
ONLINE

Esperando a platform.twitter.com...

Es seguro | <https://www.facebook.com/rnh146/>

RADIO NUEVOS HORIZONTES @rnh146

Me gusta Seguir Compartir

Publicaciones

RADIO NUEVOS HORIZONTES compartió un video en vivo. 3 de julio a las 06:22



172 reproducciones

Nuevos Horizontes transmitió en vivo — estoy escuchando a RADIO NUEVOS HORIZONTES con Hugo Efraín Acuña Acosta. 3 de julio a las 06:09

BUENOS DÍAS #Feliz #martes con @RNH_Latacunga #NOTICOTOPAXI #informacion #1460AM #Cotopaxi

Páginas que le gustan a esta página

- Gobernación De ... Me gusta
- Consejo Nacio... Me gusta
- Coordinación de ... Me gusta

Español · English (US) · Italiano · Portugués (Brasil) · Français (France)

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Opciones de anuncios · Cookies · Más · Facebook © 2018

Chat (36)

Twitter, Inc. [US] | https://twitter.com/RNH_Latacunga

Inicio Sobre nosotros Buscar en Twitter ¿Tienes cuenta? Iniciar sesión



Tweets **1.988** Siguiendo **341** Seguidores **404** Me gusta **144** [Seguir](#)

Radio Nuevos Horizontes
@RNH_Latacunga
Se crea por Isaías Carrera Naranjo, cubre los cantones de la Provincia de Cotacachi

Esperando a twitter.com...

Tweets Tweets y respuestas Multimedia

Radio Nuevos Horizontes @RNH_Latacunga · 13 h
I posted a new video to Facebook facebook.com/nuevos.horizon...

www.colorstereo1053.com/web/

Siguenos en facebook

Radio Color Stereo 105.3
4.176 Me gusta

Me gusta esta página [Compartir](#)

A 11 amigos les gusta esto

Compuweb Technologies
RENDICION DE CUENTAS 2016 [Compartir](#)

Get it at BlackBerry World
www.compuwebecuador.com

Auspiciantes

TV COLOR

Saludo en Vivo

5 Jul 18, 12:45 PM
Carlos: Complaceme con la cancion me abandonaste de la banda edys show

5 Jul 18, 12:45 PM
Carlos: Un saludo para Erika Tarco en el trabajo

3 Jul 18, 10:27 AM
Dianca ante: hola color un saludo para la familia Ante Cuyachamin en Bellavista

Browser tabs: (1) WhatsApp, (1) Facebook, radio COLOR ESTER..., Contáctanos, Radio Color Stereo

Address bar: Es seguro | https://www.facebook.com/RadioColorStereo1053/

Page title: Radio Color Stereo 105.3

Navigation: Inicio, Información, Fotos, Vídeos, Publicaciones, Comunidad, Información y anuncios

Buttons: Me gusta, Seguir, Compartir, Enviar mensaje

Post: 22 de febrero de 2016 · SABADO 12 DE MARZO LATACUNGA PLAZA DE TOROS SAN ISIDRO LABRADOR



15 mil reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Jacke Defaz, Luis Ramiro Clabon y 176 personas más · Más antiguos

191 veces compartido

Right sidebar: Páginas relacionadas

- TV Color Canal 36: Medio de comunicación/noticias
- RADIO LATINA 90...: Empresa productora de medios y radiodifusión
- Radio Activa Lata...: Emisora de radio

Language: Español · English (US) · Italiano · Português (Brasil) · Français (France)

Footer: Privacidad · Condiciones · Publicidad · Opciones de anuncios · Cookies · Más · Facebook © 2016

Chat (33)


Browser tabs: (1) WhatsApp, (1) Facebook, radio LATACUNGA de lat..., Stereo Latacunga onli...

Address bar: onlineradiobox.com/ec/stereolatacunga/?cs=ec.stereolatacunga

Advertisements: TE LLEVAN A VIAJAR, 1.5 LIFE MILES POR CADA \$1 DE CONSUMO, LifeMiles, VISA, BANCO GUAYAGUIL

Navigation: Todas las emisoras, Favoritos, Géneros, Música, Ecuador, Registrarse

Breadcrumbs: Ecuador > Cotopaxi > Latacunga > Stereo Latacunga



Stereo Latacunga
pop - news - talk
★★★★★ Clasificación: 4.0 · Retiradas: 1

STEREO LATACUNGA is an internet radio station from Latacunga, Ecuador providing Variety music.

Español | Sitio web | Twitter

Social: f, t, p, G+, +

Like 2 | En Vivo 0 | Contactos

Footer: Stereo Latacunga

URL: https://www.googleadservices.com/pagead/aclick?sa=L&ai=CWFTOpel-W-b5AY-2mASN2LyQA7320ZNRwc7ipuEGgO3_65ACEAEgj7IiWDbyYCApAigAcHv7IEDyAECqQLLjNzI52zPuACAk...

Facebook page for Stereo Latacunga FM (@stereolat). The page features a navigation menu on the left with options like Inicio, Información, Fotos, Notas, Vídeos, Publicaciones, Comunidad, and Información y anuncios. A green button labeled "Crear una página" is visible.

The main content area shows a post from Stereo Latacunga FM, reposted from @radiolatacunga. The post text reads: "#Repost @radiolatacunga (@get_repost) ¡La UTC ya cuenta con frecuencia de radio 📻! Este jueves 5 de julio del 2018 en la ciudad de #Quito, Arcotel Ecuador asignó por 15 años una frecuencia de radio a la Universidad Técnica de Cotopaxi. La radio llevará por nombre 'UTC Radio' el dial asignado es 102.9, y estará en el espectro FM (Frecuencia Modulada). En las próximas semanas iniciarán las emisiones de prueba de la radio universitaria... Ver más". Below the text is a video thumbnail showing three men in suits sitting at a table, with a logo for "radiolatacunga" overlaid.

On the right side, there are sections for "Páginas que le gustan a esta página" (listing BUENA NOTA and Radio Latacunga...), language options (Español, English, Italiano, Português, Français), and a footer with "Privacidad", "Condiciones", "Publicidad", "Opciones de anuncios", "Cookies", and "Más" links, along with "Facebook © 2018". A chat notification for "Chat (32)" is at the bottom right.

Twitter profile page for Stereo Latacunga FM (@stereolat). The profile bio states: "Programación las 24 horas del día. Contactos: 032-810-286 WhatsApp: 0995042699 Escúchanos en vivo: latacungaradio.com/online-stereol...". Location is "Latacunga - Ecuador" and website is "latacungaradio.com". It also notes "Se unió en febrero de 2012" and "Nació el 03 de octubre".

A prominent pink button labeled "Regístrate" is displayed under the heading "¿Nuevo en Twitter?".

The main content area shows a tweet from Stereo Latacunga FM retweeted by Radio Latacunga AM (@radiolatacunga). The tweet text is: "#ÚltimoMomento Arcotel asignó por 15 años frecuencia de radio a la Universidad Técnica de #Cotopaxi. El dial asignado es 102.9 📻, y estará en el espectro FM, en las próximas semanas iniciarán las emisiones de prueba de esta radio universitaria. @utcCotopaxi". Below the text is a video thumbnail showing three men in suits sitting at a table, with a logo for "Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones" overlaid.

The footer contains copyright information: "© 2018 Twitter" and links for "Sobre nosotros", "Centro de Ayuda", "Condiciones", "Política de privacidad", and "Cookies".

radiohechizofm.com

La Radio De La Ciudad

En Directo

0:00 / 0:00

Últimas Noticias

- #Ecuador - Destino Verde Líder de Sudamérica en World Travel Awards - #WTA2015
- Nuestra ciudad dando la ayuda pertinente del caso, Bomberos #Latacunga en sus labores de rescate luego del terremoto en nuestro país.
- Participa de los premios de esta noche comparte #MashcaDeCora
- Granizada sector de Collas Alto, a

Gracias a todos por su apoyo

GANADOR
Destino Verde
Líder de Sudamérica

Este es un triunfo de todos los ecuatorianos y ecuatorianas.

#WTA2015

#Ecuador - Destino Verde Líder de Sudamérica en World Travel Awards - #WTA2015
Fecha de publicación: [29] Visto: 490
Fuente: Sandra Naranjo - Ministra de Turismo.

Nuestra ciudad dando la
Participa de los premios de
Granizada sector de Collas

Es seguro | https://www.facebook.com/radiohechizo1077/

Radio Hechizo FM 107.7

Me gusta Seguir Recomendar

Contactamos Enviar mensaje

Páginas relacionadas

- Radio Activa Lata... Emisora de radio Me gusta
- Patronato de Amp... Organización gubernamental Me gusta
- Al Día Online Revista Me gusta

Radiodifusión y producción de medios en Latacunga

Español · English (US) · Italiano · Portugués (Brasil) · Français (France)

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Opciones de anuncios · Cookies · Más · Facebook © 2018

Chat (22)

Radio Hechizo FM 107.7
@radiohechizo1077

Inicio
Información
Fotos
Opiniones
Twitter
Videos
Publicaciones
Comunidad
Información y anuncios

Crear una página

Radio Hechizo FM 107.7
19 de junio a las 10:04

¡Sigue Medador! A tu memoria, a la maravilla de tu cumbia andina que seguirá en la memoria de nuestra fiesta popular y familiar, en la euforia de La Jocha, por ese divino azar que hiciera nuestra fiesta que te nominó como la mejor orquesta del Ecuador. Por el deseo de siempre rememorar entre alegría, nostalgia y amor: "El Reo Ausente" y otras tantas.
Miguelangel Renjifo.



Twitter, Inc. [US] | https://twitter.com/radio_hechizo

Inicio Sobre nosotros ¿Tienes cuenta? [Iniciar sesión](#)

también te puede gustar

- Radio Nuevos Horizontes** @RNH_Latacunga
- Radio San Miguel** @radiosan_miguel
- Radio Latacunga AM** @radiolatacunga
- tvcolor36** @tvcolor36
- La Gaceta** @LaGacetaL

Tendencias: Global

- [#TOPISBACK](#)
137 mil Tweets
- [#شردبصلاآلكعلي.نبيناآمحمد](#)
23,2 mil Tweets

Radio Hechizo FM @radio_hechizo · 11 jun.
Leamos y comparemos con nuestra vida diaria y con el lugar dónde vivimos.
En la Universidad de Stanford (EEUU), el Prof. Philip Zimbardo realizó un singular experimento de psicología social. Dejó dos autos...
facebook.com/52000913148372...

Radio Hechizo FM retweeteó

Alberto Linero @PLinero · 7 jun.
Tarea: evita generalizar. Descubre los matices que hay en la realidad.

Radio Hechizo FM retweeteó

Alberto Linero @PLinero · 5 jun.
Con Dios en el corazón, sabiéndonos amados y bendecidos iniciamos este día. Sabemos que, con su ayuda, saldremos adelante. ¡Vamos con toda!

Radio Hechizo FM retweeteó

Alberto Linero @PLinero · 31 may.

Es seguro | <https://www.facebook.com/pages/biz/RADIO-LATINA-90.1-FM-603648083054310/>

RADIO LATINA 90.1 FM

Me gusta Seguir Compartir

0983041424

Me gusta Comentar Compartir

112 Más relevantes

14 veces compartido

Escribe un comentario...

Ver los 5 comentarios

RADIO LATINA 90.1 FM

Enviar mensaje

Sugerir cambios

Miembros Del Equipo

- RadioLatina Latacunga**

Páginas relacionadas

- Mauricio Tamay M...** Artista Me gusta
- Radio Color Stere...** Emisora de radio Me gusta
- TV Color Canal 36** Medio de comunicación/noticias Me gusta

Radiodifusión y producción de medios en Latacunga

Chat (13)

- Fotografías que evidencian las entrevistas



