



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

“DE LA RADIO CONVENCIONAL A LA RADIO DIGITAL EN CARACOL FM
91.3 DE LA CIUDAD DE AMBATO”

Trabajo de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciada en
Comunicación Social

AUTOR:

María Fernanda Chicaiza Guerrero

TUTOR:

Dr. Mg. Franklin Medina

Ambato – Ecuador

2018

TEMA:

“DE LA RADIO CONVENCIONAL A LA RADIO DIGITAL EN CARACOL FM
91.3 DE LA CIUDAD DE AMBATO”

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema: “**DE LA RADIO CONVENCIONAL A LA RADIO DIGITAL EN CARACOL FM 91.3 DE LA CIUDAD DE AMBATO**” de la señorita : María Fernanda Chicaiza Guerrero, Egresado de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencia Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de Graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, marzo de 2018



.....
Dr. Mg. Franklin Medina

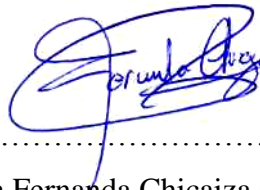
TUTOR

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación “**DE LA RADIO CONVENCIONAL A LA RADIO DIGITAL EN CARACOL FM 91.3 DE LA CIUDAD DE AMBATO**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de responsabilidad del autor.

Ambato, marzo de 2018

AUTORA



María Fernanda Chicaiza Guerrero

C.I. 1804073482

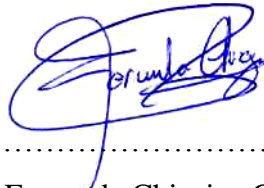
DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, marzo de 2018

AUTORA



.....
María Fernanda Chicaiza Guerrero

C.I. 1804073482

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema “**DE LA RADIO CONVENCIONAL A LA RADIO DIGITAL EN CARACOL FM 91.3 DE LA CIUDAD DE AMBATO**” de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato.....

Para constancia firma:

.....
Presidente

.....
Miembro

.....
Miembro

DEDICATORIA

A Dios por ser la luz de mis ideales y pasiones, a mis Padres que me han dado siempre lo mejor de cada uno de ellos; en especial allá en el cielo a mi ángel a mi Mamita Fanny Guerrero Garzón porque desde tu partida no ha existido mejor motivación para mi vida porque nunca me dejaste sola, fuiste mi consuelo y siempre creíste en mí, siempre vivirás en mi corazón y en mis mejores recuerdos y a los artífices de mi corazón a mis queridas y amadas hermanas Tania y Cristina sin ustedes muchas cosas que pasan en mi vida no serían posibles gracias infinitas.

AGRADECIMIENTO

Mi cariño y consideración a mi tutor a profesores, amigos quienes tuvieron las palabras precisas para motivarme a continuar y volver a creer en lo capaz que soy a Ximena Altamirano nunca terminare de agradecerte por demostrarme tu Amistad y a mi Amigo del Alma Franco Herdoiza Mancheno que en mi vida profesional han sido mi guía y apoyo y a los colegas que contribuyeron al culminar de este sueño que hoy se hace realidad.

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Página
A. Páginas Preliminares	
Portada.....	i
Tema:.....	ii
Certificación del Tutor	iii
Autoría.....	iv
Derechos de Autor.....	v
Aprobación del Tribunal de Grado	vi
Dedicatoria	vii
Agradecimiento	viii
Índice General	ix
Índice de Gráficos	xiv
Resumen Ejecutivo.....	xv
Executive Summary	xvi
Introducción	1

CAPÍTULO I

TEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del Problema.....	5
Contextualización.....	5
Macro	5
Meso.....	9
Micro	9
Árbol de Problemas.....	13
Análisis Crítico	14
Prognosis	14
Formulación del Problema	15

Interrogantes (Subproblemas)	15
Delimitación del Objeto de Investigación.....	15
Delimitación Espacial	15
Delimitación Temporal	15
Unidades de Observación.....	15
Justificación.....	16
Objetivos	16
Objetivo General	16
Objetivos Especificos.....	16

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Bibliográficos	18
Fundamentación	23
Fundamentación Filosófica	23
Fundamentación Legal	24
Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación	24
Fundamentación Teórica.....	26
Categorías Fundamentales	26
Variable Independiente: Radio Convencional	27
Variable Dependiente: Radió Digital	28
Variable Independiente	29
Comunicación	29
Comunicación Social	30
Comunicación Masiva.....	30
La Radio Convencional.....	32
Historia de la Radio Convencional en Ecuador	33
Programación	36
Tipos de Programas Radiales en Una Radio Convencional.....	36
Formato	37
Futuro de la Radio Convencional.....	38
Variable Dependiente.....	40
Tecnologías de la Comunicación e Información.....	40

Plataformas Multimedias	41
Radio Digital	43
Historia de la Radio Digital en Ecuador	45
Programación	45
Tipos de Programación de La Radio Digital.....	46
Formato	47
Futuro de la Radio Digital.....	48
Hipotesis.....	49
Variable Independiente	49
Variable Dependiente.....	49

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Enfoque de Investigación.....	50
Modalidad de Investigación	50
De Campo	50
Bibliográfica - Documental.....	50
Nivel o Tipo de Investigación	50
Exploratorio.....	50
Correlacional	51
Población Y Muestra.....	51
Operacionalización de Variables.....	52
Variable Independiente: Radio Convencional	52
Variable Dependiente: Radio Digital	54
Plan de Recolección De Información.....	56
Técnica e Instrumentos	57

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Análisis e Interpretación de Resultados	58
Aplicación del Método Cualitativo o Cuatativo de Análisis de Datos.	64
Análisis Cualitativo de las Entrevistas.....	116
Verificación de la Hipótesis	120

Hipotesis.....	120
----------------	-----

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones	121
Recomendaciones.....	121

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Antecedentes de la Propuesta.....	123
Justificación.....	123
Objetivos	124
Objetivo general	124
Objetivos específicos	124
Análisis de factibilidad.....	125
Factibilidad Legal.....	125
Factibilidad Administrativa.....	126
Factibilidad Tecnológica.....	126
Factibilidad Económica.....	126
Fundamentaciones.....	127
Fundamentación Científica	127
Fundamentación Legal	127
Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación	128
Modelo Operativo	130
Administración de la propuesta.....	133
Desarrollo de la capacitación	134

BIBLIOGRAFÍA	141
--------------------	-----

Anexos

Paper

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Cuadro N.- 1 Operacionalización de la Variables Dependientes	53
Cuadro N.- 2 Operacionalización de las Variable Independiente: Radio Digital	55
Cuadro N.- 3 Plan de Recolección de Información	56
Cuadro N.- 4 Técnicas e Instrumentos	57
Cuadro N.- 5 ¿Escucha Radio Caracol FM 91.3?	58
Cuadro N.- 6 Radio Convencional	60
Cuadro N.- 7 Radio Digital	61
Cuadro N.- 8 Utiliza Streaming.....	62
Cuadro N.- 9 Mayor participación del Oyente	63
Cuadro N.- 10 Ampliación del Método Cualitativo	64
Cuadro N.- 11 Análisis de Contenido	70
Cuadro N.- 12 Análisis de Contenido	80
Cuadro N.- 13 Análisis de Contenido	87
Cuadro N.- 14 Análisis de Contenido	94
Cuadro N.- 15 Análisis de Contenido	98
Cuadro N.- 16 Análisis de Contenido	105
Cuadro N.- 17 Análisis de Contenido	110
Cuadro N.- 18 Análisis de Contenido	115
Cuadro N.- 19 Matriz de Factibilidad Económica	127
Cuadro N.- 20 Modelo Operativo	132
Cuadro N.- 21 Previsión de la Evaluación	133
Cuadro N.- 22 Día 1	136
Cuadro N.- 23 Día 2	137
Cuadro N.- 24 Día 3	138
Cuadro N.- 25 Día 4	139
Cuadro N.- 26 Día 5	140

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N.- 1 Árbol de problemas.....	13
Gráfico N.- 2 Categorización	26
Gráfico N.- 3 Variable Independiente	27
Gráfico N.- 4 Variable Dependiente.....	28
Gráfico N.- 5 Comunicación Masiva	31
Gráfico N.- 6 Comunicación Alternativa	34
Gráfico N.- 7 Comunicación Alternativa	35
Gráfico N.- 8 Escucha Radio Caracol FM 91.3	58
Gráfico N.- 9 Radio Caracol es una radio Convencional.....	60
Gráfico N.- 10 Operar como Radios Digitales	61
Gráfico N.- 11 Utiliza Streaming	62
Gráfico N.- 12 Mayor Participación del Oyente	63

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE
JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES CARRERA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA: "DE LA RADIO CONVENCIONAL A LA RADIO DIGITAL EN CARACOL FM 91.3 DE LA CIUDAD DE AMBATO"

AUTOR: María Fernanda Chicaiza Guerrero

TUTOR: Dr. Msc. Franklin Medina

FECHA: marzo 2018

RESUMEN EJECUTIVO

La llegada de este proceso de evolución ha hecho que las ondas hertzianas en la radio convencional trasladen su accionar a un espectro radio eléctrico digitalizado D.A.B (**DIGITAL AUDIO BROADCASTING**) migrando así, a nuevas posibilidades y nuevas audiencias porque sus exigencias día a día hacen que las tendencias acaparen más oyentes en toda la latitud geográfica.

La comunión y el impacto que ofrece la digitalización en la radio es supremo y es así que se aprecia su usabilidad beneficiosa en los usuarios como recibir una definición altísima de calidad sonora, información multimedia, poca interferencia y a la vez generando ese intercambio fundamental de socialización y renovación en la producción de contenidos. Esta investigación dio inicio en octubre del 2017, "**DE LA RADIO CONVENCIONAL A LA RADIO DIGITAL EN CARACOL FM 91.3 DE LA CIUDAD DE AMBATO**"

A través de la hipótesis se planteó utilizar un levantamiento de la información que se generó mediante encuestas a un sector de Ambato y entrevistas a Comunicadores y Periodistas de diversos medios radiales, que tienen una trayectoria impecable y de gran importancia, las mismas que revelaron que es el momento indicado de iniciar un proceso de migración a la radio digital.

Palabras claves: Radio Digital, Radio Convencional

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE
JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES CARRERA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TOPIC: " FROM THE RADIO CONVENTIONAL TO THE DIGITAL RADIO IN
SNAIL FM 91.3 OF THE CITY OF AMBATO"

AUTHOR: María Fernanda Chicaiza Guerrero

TUTOR: Dr. Msc. Franklin Medina

DATE: marzo 2018

EXECUTIVE SUMMARY

The arrival of this process of evolution has caused the radio waves in conventional radio to transfer their actions to a digitized electrical radio spectrum (**DIGITAL AUDIO BROADCASTING**), thus migrating to new possibilities and new audiences because their day-to-day demands make the trends monopolize more listeners in all geographical latitude.

Communion and the impact of digitization on radio is paramount and this is how its beneficial usability is appreciated in users, such as receiving a very high definition of sound quality, multimedia information, little interference and at the same time generating this fundamental exchange of socialization and renewal in content production. This investigation began in October of 2017, "**FROM THE RADIO CONVENTIONAL TO THE DIGITAL RADIO IN SNAIL FM 91.3 OF THE CITY OF AMBATO**"

Through the hypothesis, it was proposed to use an information survey that was generated through surveys of a sector of Ambato and interviews with Communicators and Journalists of various radio media, which have an impeccable and very important trajectory, the same ones that revealed that it is the right moment to start a migration process to digital radio.

KEYWORDS: Digital Radio, Conventional Radio

INTRODUCCIÓN

El objetivo general de esta investigación fue: “Determinar qué estrategias se requieren para migrar de la Radio Convencional a la Radio Digital en Radio Caracol Fm 91.3 de la ciudad de Ambato” Para cumplir con este objetivo se tomó como un paso fundamental la ejecución de los objetivos específicos.” Indagar que limitaciones tiene la Radio Caracol 91.3 al estar funcionando en un gran porcentaje como una radio convencional.”; “Verificar el posicionamiento en transmisiones en plataforma virtual de Radio Caracol FM 91.3.”; “Analizar que estrategias se requieren para migrar a un sistema de radio digital.”; “Proponer una alternativa de solución al problema de Radio Caracol FM 91.3”;Consecuentemente se comprobó la hipótesis : La Radio Caracol FM 91.3, radio convencional, debe iniciar un proceso de migración a la radio digital De igual forma el nivel de la investigación es exploratorio porque de alguna manera se acerca al problema ya que determina las características de las variables y la situación en que se desarrolla. Además, es exploratoria esta investigación porque va a determinar la manera y la forma en que se va a realizar las Estrategias Digitales en Radio Caracol 9.3 Fm por otra parte será descriptivo su estudio ya que se obtienen datos por medio de la encuesta y determinar la acciones, que describirán las acciones y actividades de las variables para poder amoldarse a los datos recolectados.

La investigación es además de tipo correlacional porque ayuda a identificar y determinar los resultados por la relación que hay entre las variables y el escenario que podrán optimizar las Estrategias Digitales y se pueda encaminar la propuesta.

En este sentido, los sujetos investigados fueron: Los locutores de las radios de la ciudad de Ambato siendo la investigación de campo ya que hubo contacto directo a través de entrevistas y encuestas .

Por otra parte también se obtuvo información por medio de fuentes bibliográficas ,artículos ,sitios web , artículos científicos . Hay que rescatar que esta investigación fue factible ya que se necesitó el apoyo de nuestro paradigma empleado en esta investigación el paradigma crítico – propositivo proponiendo una alternativa de

solucion que contribuya al beneficio social.

La presente investigación “**DE LA RADIO CONVENCIONAL A LA RADIO DIGITAL EN RADIO CARACOL FM 91.3 DE LA CIUDAD DE AMBATO**” deriva un aspecto de importancia al iniciar un proceso de migración a la radio digital , creando una gama muy amplia que acapare a los públicos dándose un común denominador en las nuevas audiencias que necesitan tener todo en un solo medio, tener mayor acceso a la información entre sus ventajas se da la calidad del sonido que es superior ya no hay interferencias lo que hace que sean más potentes suele decidirse que la radio digital ha dejado atrás su tradición y funcionamiento para comenzar a formar parte de la era digital ,en este caso el radioescucha puede programar su propia radio y solicitar información de noticias , de resultados deportivos incluso información meteorológica si así lo desea ,video chats ,música en línea etc.

A continuación, el Trabajo de Graduación, consta de seis capítulos, mismos que están estructurados de la siguiente manera:

CAPÍTULO I

Aquí se desarrolló el planteamiento del problema a investigar, la contextualización macro, meso, y micro; a continuación, se elaboró el árbol de problemas, el análisis crítico y la prognosis con el propósito de respaldar la formulación del problema; a continuación , se crearon incógnitas que rigieron el estudio planteado y se procedió a delimitar el objeto de investigación, además, se enfatiza se justifica la importancia y el por ejecutar interés; finalmente, se evacua éste Capítulo con la mención de los objetivos general y específicos del actual trabajo de graduación.

CAPÍTULO II

Se desarrolló el Marco Teórico, se inició con los antecedentes investigativos y se

fundamentó filosófica y legalmente el tema de estudio; posteriormente, se ejecutó una búsqueda y recopilación bibliográfica y documental para realizar las categorías fundamentales que abordan conceptos en relación a las variables de investigación que son: La Radio Convencional y la Radio Digital; Consecutivamente, se presentó el planteamiento de la hipótesis y el señalamiento de variables.

CAPÍTULO III

Aquí se pudo desarrollar la Metodología además el enfoque cuantitativo con el que se llevó a cabo su estudio, a continuación la modalidad básica y el nivel o tipo de investigación utilizada; posteriormente, se determinó la población y la muestra que fue abordada; y para conocer las características de las variables se efectuó la operacionalización de las mismas; finalmente, se presentó los instrumentos que se aplicaron en la investigación aplicados para la recolección de datos y el plan de procedimiento para desarrollar el análisis de la información recogida, se divisó estrategias metodológicas citadas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque seleccionado.

CAPÍTULO IV

Se desarrolla el Análisis de los Resultados, la tabulación y el procesamiento de los datos obtenidos para lo cual se realiza las tablas y gráficos estadísticos que permitieron interpretar con certeza los resultados alcanzados; posteriormente, se concluyó con la verificación de la hipótesis planteada.

CAPÍTULO V

Se elabora las Conclusiones y Recomendaciones, se establecen las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron de las encuestas aplicadas.

CAPÍTULO VI

Se desarrolla la propuesta, se planteó la solución al problema investigado, en este sentido, se diseñó de un taller de capacitación sobre uso de plataformas tecnológicas para radio que permita trabajar con redes sociales y difusión de contenidos.

Línea de investigación: Desarrollo Humano Integral

CAPÍTULO I

TEMA DE INVESTIGACIÓN

“De la Radio Convencional a la Radio Digital en Caracol Fm 91.3 de la Ciudad de Ambato”.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

CONTEXTUALIZACIÓN

MACRO

De acuerdo con Cisneros (2017), “el encontrarse con la radiodifusión fue como un amor a primera vista, de esos que a uno se le cruzan en el camino sin esperarlo, de esos romances que uno sabe que durarán para siempre.” (pág. 19)

Han pasado varias décadas desde que Eduardo Cisneros empezó por el mundo de la radiodifusión, sin embargo, recuerda como si fuera ayer el día en que un compañero del tradicional Colegio Bolívar le invitara a visitar radio Nacional Espejo, una de las primeras estaciones que transmitía en la ciudad de Ambato, nunca se imaginó que ese día marcaría su destino.

Aquella tarde al entrar a la radio encontraron al famoso locutor Juan Felton, éste se hallaba desesperado porque necesitaba una voz para grabar un fragmento de una radio novela, llamó a Eduardo al estudio de grabación para que leyera un par de líneas. Cuando escuchó esa voz fuerte, grave, con personalidad y una extraordinaria capacidad de dicción, sin pensarlo dos veces le invitó a que forme parte de radio Nacional Espejo, a los 16 años Eduardo Cisneros sin pensarlo, haría su debut en el maravilloso mundo de la radio.

No pasó mucho tiempo antes de que Blanquita Salazar una de las mejores voces del

país, y en ese entonces directora de Radio Bolívar de Guayaquil, se sorprendiera por la gran destreza mostrada por este joven frente a un micrófono, y con ese olfato indiscutible que tienen los periodistas, de inmediato le invitó a ser parte de esa prestigiosa emisora. Es entonces cuando Eduardo Cisneros con apenas 18 años decide dejar sus estudios, su familia, sus amigos e ir tras ese gran sueño que muy pronto se haría realidad.

Ya en Guayaquil compartiría micrófonos con famosos comunicadores de nuestro país como Alfonso y Gabriel Espinoza de los Monteros en radio La Prensa.

Finalizando el año de 1965 Eduardo decide regresar a Ambato y comenzar a escribir su propia historia en los medios locales, Radio Mera sería el espacio desde donde su voz acompañaría a una generación entera que siempre lo recuerdan y lo admiran, “esa fue una década preciosa, inolvidable, Radio Mera se impuso al estilo musical de otras estaciones del país”.

Con un importante camino recorrido por la radiodifusión, pero aún muy joven formaría parte de Radio Variedades y daría el salto a su más importante proyecto, instalar la primera radio en frecuencia modulada en la ciudad, así nació “Radio Hola FM 92.5”, una emisora con gran acogida presentando una radio de gran acogida por parte de la generación joven de los años ochenta y noventa.

Enfatiza que el lado conservador de la radio ha cambiado con el paso de los tiempos, haciendo que el contenido se vuelva cada vez más trivial y de menor importancia para el progreso de las personas, por ejemplo, hoy en día hablan sólo de cosas que entretengan a la gente olvidándose realmente el papel verdadero de la radio que es educar informar y entretener por ende se ignora el desarrollo humano, solo busca una programación que venda dejando de lado su principal objetivo.

No está mal vivir la nueva era de la radio en la web, pero si mantener claros los objetivos que tiene una emisora que son íconos de la información y que siempre han sido los mejores aliados de los radios escuchas.

Los avances en la era de la comunicación nos acerca el mundo a través de la internet, una nueva etapa de información e intercambios de ideas que a su vez nos trae la radio online como una vía de comunicación musical a nivel mundial, sin barreras.

Una radio puede transmitir por medio de la web, con costos económicos muy bajos, se manejan solas, sin embargo, la temática es preocupante ya que no es el impacto de gran ayuda como se desearía para la sociedad y únicamente se centran en vender productos sin control de calidad, el cual llegan a los emisores.

Para Burbano (2017) un fanático de la radio y la buena música, encantado con el sueño de presentar los éxitos que se tocaban en ese entonces e inspirado por talentosos de la comunicación de ese tiempo como: Juan Carlos Folleco, Patricio Borja Reyes, Guillermo Jácome+ y Francis Carrión Domínguez +, empieza su carrera y forma parte del Staff de “Radio Hola 92.5” un lunes 18 de Abril de 1992 presentando el tema Baila de Ragazzi en su programa “La Guarida con Jonathan” formando una excelente amistad con Fernando Baquero Mora juntos promovieron una marejada llena de buena música en la década de los noventa de la mano también de Cecilia Gómez, Fabián Bastidas los hermanos Cristian y Alejandro Martínez y Francis Javier Carrión (Hijo).

La primera vez que ingreso a una cabina de radio noto que existían miles de ordenados discos de acetatos, que eran de 12, 10 y 7 pulgadas clasificados por nombre del artista y subrayados con un marcador especial los temas hits que se encontraban en la contraportada del disco.

La radio tradicional que se vivía hace más de 2 décadas atrás fue una verdadera hazaña tanto en el estudio de la radio como para el radiodifusor que para transmitir se enlazaba a los sofisticados equipos que recibían la señal de las antenas ubicadas en el cerro del Pilishurco; y que para poder emitir una señal cada radio debía contar con su propia caseta, conocer en que casillero estaba el disco, limpiar el acetato, tomar una par de audífonos para cuadrar su inicio, esperar a que termine el tema anterior para poder hacer un fade in y un fade out respectivamente.

El locutor de esas décadas debía tener voz grave si eras varón y si era mujer una voz muy delicada.

Lastimosamente en nuestro país la radio digital aún no despegó, pero se prevé que será la misma tecnología que se encargue de hacerlo.

En ese sentido, es oportuno analizar este nuevo fenómeno para, desde ahí, tener un acercamiento a lo que podría ser el marco de adopción de contenidos de la (RDT) Radio Digital Terrestre en Ecuador.

En el año 2000 el mundo entra en un cambio espectacular sobre todo en el aspecto comunicacional. Se comienza a escuchar que existen radios que no necesitaban de transmisores, antenas, repetidoras para poder llegar a nuestros oídos, recorrían el mundo online, una de las primeras radios por internet fue “Internet Talk Radio” y era algo inadmisiblemente, una completa locura para esa época, pocos le veían futuro ya que eran contados los cibernautas y aun el mundo no estaba tan cercano con la era digital.

En el año 2010, el internet funciona de maravilla y la gente se baja canciones sin problema de diferentes plataformas. Las radios online no necesitan de una persona que ponga música, basta solo un software como: zara radio, radio talk, play max, radio logic o el popular, complicado y profesional Jazler radio.

Todo ha evolucionado en la parte tecnológica muchas radios a nivel mundial ya transmiten su programación las 24 horas continuas y su costo es más bajo que tener un programador. Hay que agregar que de esta manera está siendo posible que se desarrolle un factor de competitividad frente a otras radios y que se entienda que es un medio de características únicas y con funciones camaleónicas.

Según lo expresado por Cortés (2015), “La radio digital es un producto de la llamada convergencia digital. Desde la década de 1990, nuevos dispositivos electrónicos de recepción y reproducción digital, incluyendo ciertos teléfonos celulares, comunicándose entre sí, en los entornos de redes, mediante sencillas interfaces”.

(pág. 1)

Bajo este antecedente nos abre una brecha muy importante, dentro de la adquisición de producción digital, sino que además nos brinda un desarrollo tecnológico que nos ayuda a desarrollar las transmisiones ya existentes.

MESO

Los radioescuchas actualmente en Medios Radiofónicos de Tungurahua están en el camino de adaptarse a estas nuevas experiencias de la radio online, adquiriendo un modelo que ayude al resurgimiento de su identidad como medio de comunicación, por la poca información o el escaso conocimiento no se han unido a esta gran red de medios que ya son parte de promocionar sus productos en línea directa y dar a conocer su nombre con fidelización a sus potenciales clientes.

El poder de la radio no tiene límite es un medio de inmediatez, la efectividad sobre los anuncios que se divulgan a través de la red son efectivos, por la incursión de nuevas tendencias la publicidad online aparece como herramienta frente a las necesidades inmediatas del mercado.

MICRO

Varios son los esfuerzos por hacer radio en Ambato y la provincia de Tungurahua la primera radio oficial surge en 1949 entre septiembre y octubre de la mano de Gerardo Berbovich que trajo trae equipos de la capital de la república y la radio nace con “La Voz del Progreso”, esto ayuda para que después del terremoto Ambato vuelva hacer una ciudad de progreso, ese es el antecedente de la primera radio oficial que ya trabaja en una programación normal es decir todos los días en una frecuencia determinada (La Hora, 2017).

Radio la Voz del Progreso entre 1950 y 1951 asume el nombre de la matriz Radio Nacional Espejo de la cadena amarillo, azul y rojo que llegó a tener 48 emisoras en total.

El precursor de la radio en Tungurahua es Gerardo Berbovich un enamorado de los

medios de comunicación, una persona que tuvo muchas radios en sus manos, el en ese entonces contrataba novelas como Calimán, Tres Patines. Con sus 48 emisoras en todo el país financiaba los costos aquellos. La primera novela que llegó al país fue el Derecho de Nacer una de las más emblemáticas de los cubanos; porque el primer material radiofónico llegó desde Cuba, era cinta de tres cuartos de las cintas antiguas, pero con una calidad enorme. Se mantuvieron las novelas hasta 1976 cuando sale la televisión y destrona a la radio como emisor de radionovelas.

Después de “Radio La Voz del Progreso” paso a ser “Radio Espejo” y que se mantuvo con este nombre hasta el 1973 y cambio al nombre de “Radio Colosal” a partir del 4 de octubre de 1973.

De igual manera se ha tenido varias emisoras que han mantenido su nombre como el caso de “Radio Continental” además “Radio El Heraldó” en la década del 70 paso a ser “Radio Ambato”, “Radio Cine” que después se llamó Radio Calidad antes de ello “Radio Musical” que paso a ser “Radio Centro”, “Radio Variedades” posteriormente paso a ser “Radio Líder”, que son algunos de los medios que han existido siempre, “Radio Cosmopolita” que paso a llamarse “Radio Montalvo” .y que cerró sus emisiones hace más de 20 años.

“Radio Mera” es una emisora que apareció en la década del 70 con los estudiantes de la Unidad Educativa Juan León Mera la Salle. Esa ser de católica a tener ot con tendencia religiosa. Una de las radios con tendencia religiosa fue también “Radio Sira” en la década del 80 al 2000 con Ángel Emiliano Núñez que fungía como administrador de la radio y que le perteneció siempre a don Jorge Mancero hasta alrededor 15 a 20 años cuando la frecuencia con el tiempo paso definitivamente a la familia de Ángel Emiliano.

“Radio Paz y Bien” aparece en el año 1952 mantuvo su frecuencia hasta hace un año y medio la misma que fue cerrada por orden del estado se desconoce los motivos, pero se cerró la frecuencia en Am. “Radio Paz y Bien” sigue emitiendo en frecuencia Fm.

La primera emisora en FM aparece en Ambato en 1978 se llamaba “Radio Sonorama” de propiedad de Eduardo Erazo propietario de “Radio Variedades”.

“Radio Colosal” al aire cumple 43 años y sigue estando bajo el mando de Ramón Salazar desde 1950, él fue el administrador de “Radios Sira” en el año de 1961 luego le encomendaron “Radio Nacional Espejo” y la administró por 12 años hasta que en 1973 por decreto del Ex Presidente José María Velasco Ibarra que prohibía tener tantas frecuencias en una sola mano. Entonces Gerardo Berbovich cedió la frecuencia a Ramón Salazar; eran otros años, no fue gratis; de alguna manera después de haber estado desde el 1950 a 1973 y con 23 años dentro del mundo de la radio se hizo un esfuerzo para que la frecuencia este poder de la Familia Salazar.

Por otra parte, Guillermo Jácome uno de los locutores más importantes de la provincia y del país dirigió e hizo carrera en varias radios de Ecuador. Completando su sueño regresó a Ambato en 1982, luego de veinte años afuera de la provincia, a dirigir la radio de Francis Carrión “Radio Acción” que después cambio su nombre a “Radio Ritmo 94.9 (La Pantera). Guillermo Jácome, administrando esta radio la hizo una radio muy especial, la radio jacarandosa, como se la llamaba. Reconocido formador de varios locutores del centro país se dedicó además a la política siendo concejal por dos ocasiones hasta el momento que llegó su deceso y con ello el gran legado llegaría a su final, lamentablemente sus hijas no pudieron sostener la radio y con el paso de los años se desprendieron de Radio Ritmo. Fue una radio con clase y de ética. Posterior la Radio Ritmo pasó a manos de La Familia Delgado y actualmente a ser la Radio Nacional del Estado 94.9.

Los temas de las radios en FM son muy especiales en 1982 se cumple el sueño de Edgar Castellanos Jiménez “Radio Eco” se pensaba que hacía eco al sonido que regresa golpeado en un risco, pero no, era “Edgar Castellanos Jiménez Organización” sonó durante 10 años fue el antecedente de “Radio Bonita”.

La familia Velasteguí tuvo varias radios en FM como “Radio Rumba 88.9”, durante los años 1994 a 1996 consiguen la frecuencia para “Radio Romance” y en el año 2000, cambian el nombre por el de “Radio Melodía” que se mantiene aún al aire.

Esta frecuencia se renovó el 16 de agosto de 2003.

Radio Amor 9.69 también sale en el año de 1994 frecuencia conseguida por Fernando Meléndez cuando era asambleísta y que posteriormente lo comercializaron con algunos radiodifusores.

Todos estos medios de comunicación se desenvuelven en un modelo tecnológico conocido hoy como de radio convencional. Las primeras técnicas utilizadas para el procesamiento, grabación y transmisión del sonido, apareció a mediados del siglo XX desde sus inicios ha sido el medio de comunicación de mayor accesibilidad por los Mass Media (Receptores) que es transmitida por medio de una emisora aquí el inconveniente es que muchas veces la señal puede ser vulnerable a algún tipo de sonido o ruido, interferencias con otras señales emitidas.

La radio convencional es la que se dirige a todo tipo de públicos, con programas y géneros variados, que suelen ajustarse a los hábitos socio laboral de la mayor parte del público.

Con la aparición de la Frecuencia Modulada las transmisiones tenían mayor calidad técnica y se daba la posibilidad de llegar cada vez más lejos, durante este proceso se llevó varios problemas, puesto que solo algunas radios alrededor del mundo tuvieron la capacidad de sacarle el máximo provecho en ese tiempo.

Hoy estamos en otro momento de migración digital y lo que se espera de la Radio Digital es que pueda tener la misma capacidad y efectividad como la radio tradicional y que además la recepción de la radio digital sea más resistente a las interferencias, además que el impacto para los oyentes sea definitivamente mucho más potente y que la programación sea la brújula que oriente a la colectividad con programas educativos de mucho valor motivante e innovador.

Árbol de Problemas

Efectos:



Gráfico N.- 1 Árbol de problemas

Fuente: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

ANALISIS CRÍTICO

La empresa radial debido a la deficiente formulación de Estrategias Digitales y Posicionamiento Virtual no puede tener éxito en la radiodifusión lamentablemente por verse siempre sujetos al modelo tradicional y no acercarse a los nuevos avances tecnológicos.

Por otra parte, al no tener el personal suficientemente capacitado, la radio no puede tener una constante evolución, lo que sería un soporte para que sus producciones o propuestas sean creativas y atrapadoras para el oyente, esto causa que disminuya el interés por el medio y desciendan los niveles de aceptación y preferencia.

La sociedad de consumo está cambiando rápidamente y cada vez son mayores los niveles de exigencia de parte de los oyentes por nuevas formas de comunicación que vayan más allá de la típica información que encontramos con frecuencia mercado

PROGNOSIS

Si Radio Caracol 91.3 Fm no aplica estrategias de posicionamiento virtual no tendrá el éxito dentro del entretenimiento como principal eje de comunicación e interacción con los usuarios, que además compartan sus experiencias interactivas que seguramente van a generar una imagen favorable frente al resto de medios que pretenden continuar con el anterior modelo.

Hay que tomar en cuenta que además existirá un desinterés de los oyentes, si la radio al momento de querer escuchar algo distinto en la web, continúa llevando el mismo nivel de programación.

Al no solucionar este inconveniente con Radio Caracol Fm 91.3 tendrá una desfavorable aceptación por lo cual tendrá una desventaja competitiva

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Qué estrategias se requieren para migrar de la Radio Convencional a la Radio Digital de Radio Caracol Fm 91.3 de la ciudad de Ambato?

INTERROGANTES (SUBPROBLEMAS)

- ¿Qué limitaciones tiene la RADIO CARACOL FM 91.3 al estar funcionando en un gran porcentaje como Radio Convencional?
- ¿Qué posicionamiento en transmisiones en una plataforma virtual tiene RADIO CARACOL FM 91.3?
- ¿Qué estrategias se requieren para migrar a un sistema de radio digital?
- ¿Qué alternativa de solución existe para RADIO CARACOL FM 91.3?

DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

- **Campo:** LA COMUNICACIÓN
- **Área:** LA COMUNICACIÓN RADIAL
- **Aspecto:** LA RADIO DIGITAL

DELIMITACIÓN ESPACIAL

Radio Caracol Fm 91.3 se encuentra ubicada en las calles Juan Benigno Vela y Lalama, ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua.

DELIMITACIÓN TEMPORAL

La actual investigación se realizará desde septiembre 2017 a febrero del 2018.

UNIDADES DE OBSERVACIÓN

- Radioescuchas
- Periodistas radiales
- Productores de radio

JUSTIFICACIÓN

A través del desarrollo de este proyecto serán beneficiadas las personas que escuchen la radio ya que es necesario aplicar estrategias digitales para alcanzar la importancia frente a lo innovador a lo que está en auge el éxito obliga que los medios radiales a aprovechen las alternativas y el uso de nuevas tecnologías de comunicación.

Con el aporte teórico se contribuirá a futuras investigaciones dentro del ámbito radial y así poder dar alternativas más eficientes a los inconvenientes que tenemos actualmente.

Por otra parte, el aporte práctico de este proyecto permitirá a la radio, ir mejorando día a día en estrategias digitales que incrementen el nivel de sintonía y obtenga ventaja frente al resto de medios.

Tiene como misión ser vocera de nuevas tendencias digitales.

La radio posiciona estrategias digitales con las cuales llegar a la mente de los usuarios, la sociedad de hecho va a resultar beneficiada debido a la creación de nuevas fuentes de entretenimiento, educación y participación.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Determinar estrategias para migrar de la Radio Convencional a la Radio Digital de Radio Caracol Fm 91.3 de la ciudad de Ambato.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Indagar que limitaciones tiene la Radio Caracol 91.3 en su funcionamiento como radio convencional.
- Verificar el posicionamiento en transmisiones en plataforma virtual de Radio

Caracol FM 91.3.

- Analizar que estrategias se requieren para migrar a un sistema de radio digital.
- Proponer una alternativa de solución para la transición de la radio tradicional a la radio digital.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES BIBLIOGRÁFICOS

Luego de la búsqueda de fuentes bibliográficas, sobre el estado del arte se presenta los siguientes antecedentes investigativos.

Maisanche (2015), Universidad Técnica de Ambato, Carrera de Comunicación Social **“LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA Y LA DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EN LA PÁGINA WEB DEL DIARIO EL HERALDO DE LA CIUDAD DE AMBATO”**.

Objetivo: Definir estrategias de comunicación en la difusión de contenidos en la página Web de diario EL HERALDO de la ciudad de Ambato.

CONCLUSIONES

1.- La página web de diario El Herald de la ciudad de Ambato es manejada de forma empírica y esto provoca en muchos de los casos desinformación porque las noticias en el espacio digital no son actualizadas. Por lo tanto, el contenido que se despliega no cumple la forma objetiva, precisa y estructurada de difundir contenidos periodísticos para que los usuarios la comprendan, esto ocasiona un nivel de cultura bajo.

2.- Los contenidos noticiosos en la página web de diario El Herald no están acorde a la inmediatez requerida por los usuarios asiduos a la información, por la falta de impulso de una persona o un plan estructurado de horarios de publicaciones. El mantenerse pasivo provoca que el medio no evolucione y sea catalogado como un medio tradicionalista y sin interacción larga trayectoria cómo medio de

comunicación se va alejando de los otros.

3.- La página web de diario El Heraldo de la ciudad de Ambato no presenta una interfaz que proponga productos multimedia como audio, video, fotografía y gráficos que pueden ser realizados por un responsable de este producto digital.

La rápida innovación tecnológica permite la fabricación de nuevos aparatos con costos más bajos para la radio una nueva forma de escuchar y sentir la radio más cerca, desde cualquier punto del universo.

Rodríguez (2016). Universidad Rafael Landívar Facultad de Humanidades Licenciatura en Ciencias de la Comunicación "**LA EVOLUCIÓN DE LA RADIO Y LA INFLUENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA COMUNICACIÓN ENTRE LOCUTOR Y OYENTE.**"

Objetivo: Describir de qué manera influyeron las nuevas tecnologías en la comunicación entre locutor y oyente durante la primera década del siglo XXI.

CONCLUSIONES

1. En esta investigación, se concluye que las herramientas digitales para la interacción entre locutor y oyente son: teléfono de cabina, el celular y las redes sociales. El teléfono de cabina es la primera herramienta que mejora la comunicación en la radio, dándoles la oportunidad a ambos actores de entablar una conversación y al oyente de pedir una canción o comentar de algún tema. El celular, para el envío y recepción de mensajes, con la posibilidad de enviar texto entre teléfonos y expresar alguna opinión. Y, por último, hace uso de las redes sociales para publicar y compartir todo tipo de información, personal y profesional, con personas conocidas y desconocidas.

2. La programación radiofónica, si se ve afectada por los cambios tecnológicos, es por eso que cambia en aspectos de contenido y música. Sobre el contenido, los locutores al principio por la situación política del país, no se atrevían a hablar de

cierta clase de tópicos que ya luego en la primera década del siglo XXI si deciden hacerlo. Por el acceso que tenían las personas al Internet y a toda clase de contenidos, decide el medio radial implementar nuevos programas y distintos temas como la sexualidad, pareja, lo político, vida, mujer, entretenimiento entre otros. En la variable de la música, la revolución tecnológica tiene el nuevo objetivo de que las personas escuchen ritmos diferentes, por dicha razón es que surgen nuevos géneros musicales como lo electrónico, trans, indie, funk, hip hop, cumbia, entre otros que siguen vigentes actualmente.

3. De parte de la audiencia adulta, la forma en la que más busca comunicación con el locutor es a través del teléfono de cabina. Principalmente lo hace para solicitar alguna canción, segundo para comentar de algún tema y por último para pedir contenido o hacer alguna crítica. La frecuencia con la que lo hace es una vez al mes y si lo hace es llamando al locutor o utilizando las redes sociales para solicitar canciones o comentar del tema que es relevante en el turno.

4. Las redes sociales que más utiliza el locutor al igual que el oyente son Twitter y Facebook, dejando por última opción la red social del Instagram. Actualmente, existen adultos mediante los 30 y 50 años que no utilizan ninguna red social porque no saben utilizarlas del todo y prefieren el mensaje de texto por ser un medio más fácil, práctico e inmediato en el momento de querer comunicarse con la estación radial.

5. La evolución de la radio, se centra en la llegada de la primera década del siglo XXI, cuando las nuevas tecnologías influyen en la comunicación entre locutor y oyente. Fue mediante el papel transformador del Internet, que crea nuevas formas de comunicación y diversidad de información. Es por ello, que el medio radiofónico se adapta a nuevas formas de producción, distribución y envío de mensajes a distintos ordenadores. Esto le permite al usuario ser más activo, tener acceso a distintos contenidos, interactuar con otras personas y explorar un nuevo proceso de comunicación entre locutor (emisor), nuevas tecnologías (canales para transmitir información) y audiencia (receptor).

La ola de las nuevas tecnologías y herramientas han aportado significativamente a

mejorar e influyendo el proceso de la comunicación ahora es más accesible, más rápido por ejemplo enviando un mensaje vía celular para solicitar una canción, enviar mensajes de saludos a nuestros amigos, para saber cómo están familiares fuera de los límites del país, sobre noticias que pasan al otro lado del continente o en el lugar que se encuentren.

Ahora es una comunicación más asertiva los usuarios abren posibilidades además por medio de las redes sociales comentando sobre temas de la vida diaria, temas sociales, políticos y que generan ese intercambio que buscan adaptándose a estas nuevas formas de hacer comunicación.

Portilla (2016), Universidad Central del Ecuador, carrera de facultad de filosofía, letras y ciencias de la educación carrera de informática **“IMPLEMENTACIÓN DE UNA RADIO ON-LINE PARA FORTALECER LOS PROCESOS COMUNICATIVOS, EDUCATIVOS Y CULTURALES DE LAS Y LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE INFORMÁTICA”**

Objetivo: Implementar una radio on-line en la Carrera de Informática que permita mejorar los procesos de comunicación, educación y de aspectos culturales que ayuden a que la información sea eficiente y eficaz.

CONCLUSIONES

1. Inexistencia de medios radiales que aporten a la mejora de la educación, dando como resultado una comunicación inadecuada entre el docente y el estudiantado, es considerado importante el desarrollo de programas educativos para la adquisición de nuevos conocimientos por parte del estudiante.
2. A través del presente estudio se puede determinar que la ejecución de una radio online genera contribuciones positivas para la colectividad educativa, es importante mencionar que la radio es un medio de comunicación masivo

considerado el medio que mayor alcance tiene en comparación de los demás medios.

Villacrés (2013), Universidad Central del Ecuador, carrera de Comunicación Social
“CREACIÓN DE UNA RADIO DIGITAL ONLINE PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE QUITO”

Objetivo: Orientar las voces de personas y colectivos sociales, así como espacios y acciones para que su difusión sea eficaz, con comunicación y promoción para procurar una participación de la ciudadanía y la educación y el uso de valores los cuales son igualdad, solidaridad, respeto y derechos humanos.

CONCLUSIONES

1. En la actualidad la tecnología es considerada importante en el proceso de comunicación permitiendo interactuar de manera presencial con la sociedad, en referencia a la radio cabe recalcar que los cambios constantes en la internet han permitido desarrollar una conexión más sencilla entre el locutor y el receptor.
2. Para el desarrollo de una radio online es vital que se encuentre conformada por especialistas que tengan conocimiento del mantenimiento de la misma de acuerdo al tipo de programación que desea transmitir, siendo esta una de las desventajas que presenta la instalación de una radio digital.
3. En la ejecución de una radio digital se necesita diferentes programas que permitan el correcto funcionamiento de esta, referente al streaming, el hosting y dominio URL y algunos equipos radiales relevantes como: consolas, mezcladores, software de automatización radial, monitores, parlantes, micrófonos y altavoces.

Barrios (2013), Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano **“LA RADIO EN LA ERA DE LA SOCIEDAD DIGITAL”**

Objetivo: Hacer referencia al criterio periodístico en la selección de la información, los nuevos valores de la comunicación entre el medio y sus usuarios, y la construcción de una serie de redes en las que sus audiencias participan abiertamente con los medios.

CONCLUSIONES

1. Hoy en día el mundo es meticuloso en temas de información por el cual requieren de expertos que se encuentren capacitados para el desarrollo de la comunicación con el objetivo de informar, de dar a conocer y enunciar contenidos relevantes de la mejor manera, adaptándose en los diferentes escenarios existentes de la comunicación.
2. Las redes sociales son importantes en la difusión de información, ya que a través de ellas se procede a la elaboración de nuevos formatos y audiencias, cabe mencionar que las redes sociales son considerados medios de comunicación convirtiéndose la plataforma como una herramienta periodística planteando normas, particularidades y cláusulas a las cuales la audiencia puede acceder.
3. Para la efectividad de la información es importante que se realice la correcta selección de medios, el contenido a exponerse debe estar adecuado al agrado de la audiencia obteniendo resultados favorables para el desarrollo de nuevos contenidos.

FUNDAMENTACIÓN

Fundamentación Filosófica

El paradigma que se ha seleccionado para la investigación a continuación:

Crítico propositivo: Mediante este paradigma se va a obtener la comprensión, la identificación de potenciales cambios y encontrar causas y efectos al tema, el cual está siendo objeto de estudio, eligiendo la mejor solución para pasar de la Radio Convencional a la Radio Digital.

El paradigma crítico propositivo parte de hacer un trabajo crítico del fenómeno estudiado y propone una alternativa de solución que contribuye al beneficio social. Se basa en una metodología constructivista social porque estos fenómenos están interrelacionados con los componentes sociales enmarcados en la comunicación de masas.

Fundamentación Legal

La presente investigación se encuentra sustentada legal y jurídicamente en la Ley Orgánica de Comunicación, en los artículos y los reglamentos que se refieren al proyecto de estudio.

Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. - Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

Art. 2.- Contenidos en Internet. - Están excluidos del ámbito de regulación y control administrativos los contenidos que formulen los ciudadanos y las personas jurídicas en sus blogs, redes sociales y páginas web personales, corporativas o institucionales.

Art. 3.- Medios de Internet. - Son también medios de comunicación aquellos que operan sobre la plataforma de Internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuya contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen

los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación establece para los medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de dicha Ley.

Art. 4.- Actividad comunicacional. - Para efectos regulatorios, se entenderá por actividad comunicacional exclusivamente a aquellas actividades que realizan los medios de comunicación social definidos como tales en el artículo 5 de la Ley Orgánica de Comunicación.

Art. 5.- Actividades conexas. - En uso de sus respectivas plataformas tecnológicas, las empresas de comunicación de carácter nacional podrán desarrollar actividades conexas a la actividad comunicacional, con sujeción y exhibición de productos audiovisuales.

1. las empresas de medios audiovisuales podrán realizar actividades de producción, posproducción, edición, distribución y exhibición de productos audiovisuales.
2. Las empresas de medios impresos podrán realizar actividades de edición, impresión y distribución de publicación u otros productos impresos.

Fundamentación Teórica

CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

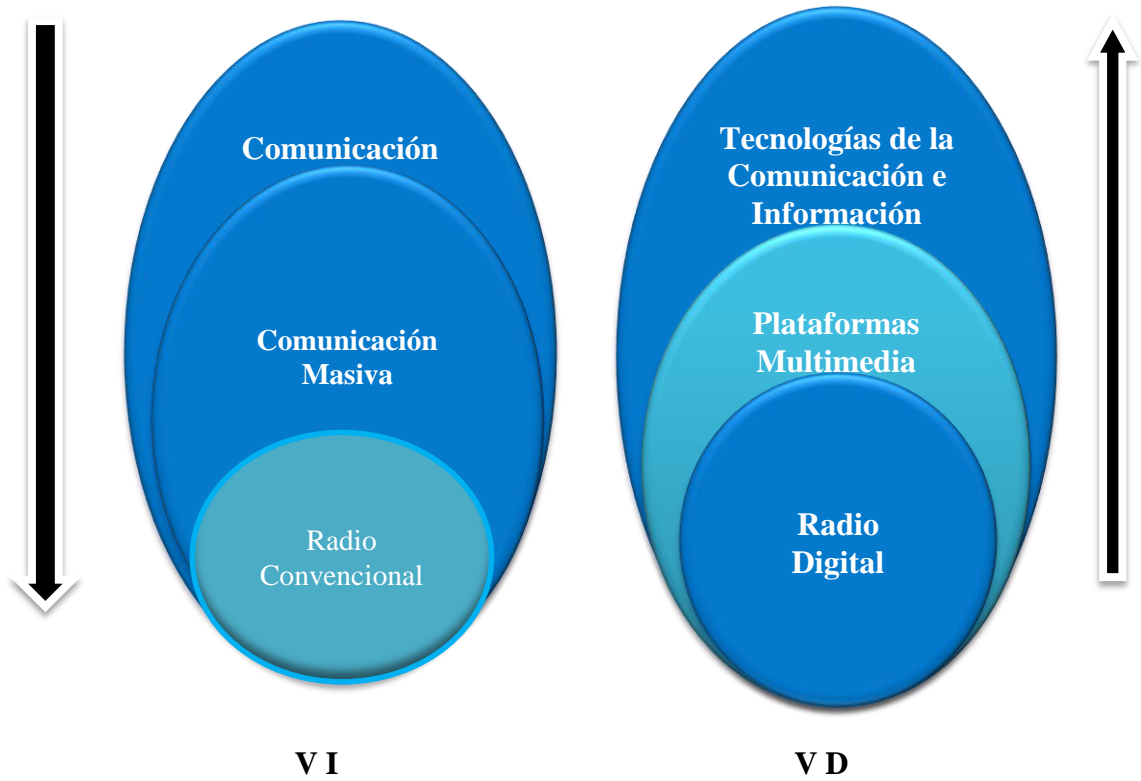


Gráfico N.- 2 Categorización
Fuente: María Fernanda Chicaiza Guerrero
Elaborado por: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Variable Independiente: Radio Convencional

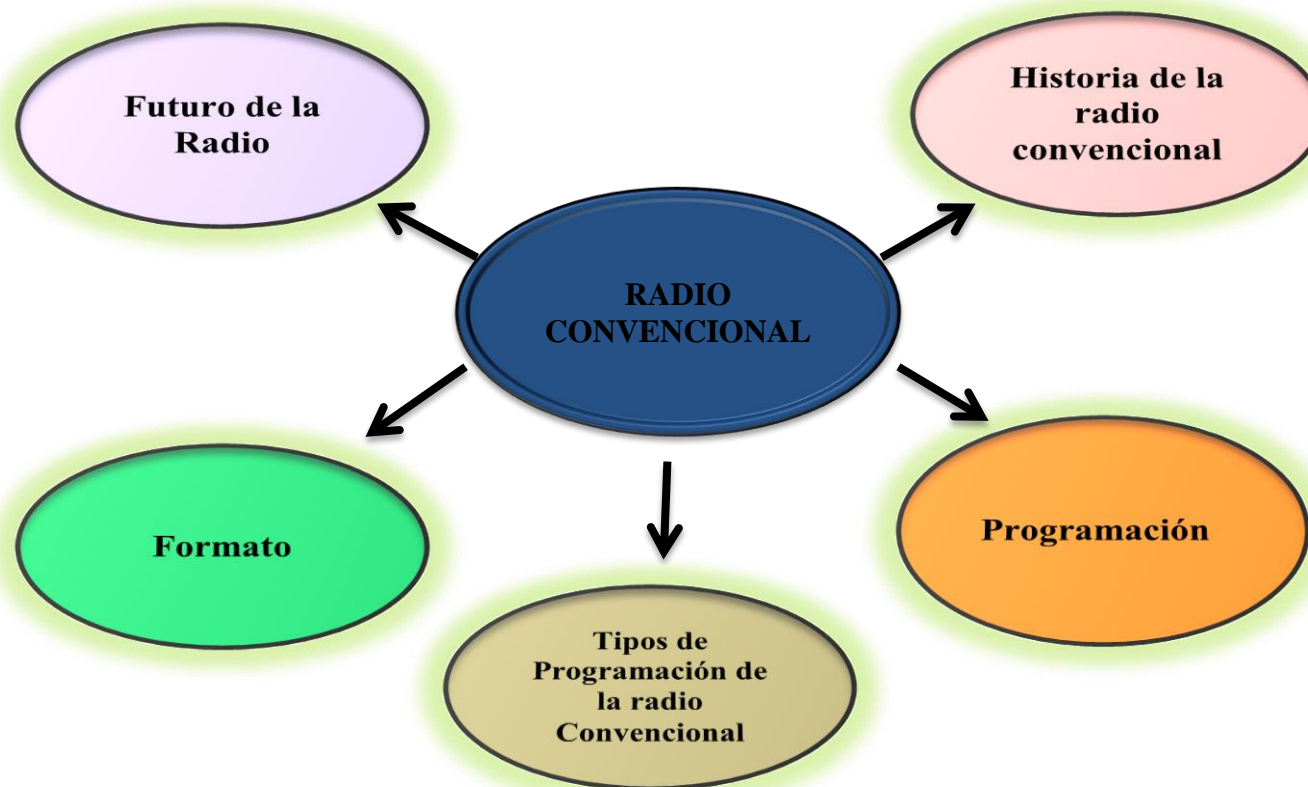


Gráfico N.- 3 Variable Independiente

Fuente: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Elaborado por: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Variable Dependiente: Radió Digital

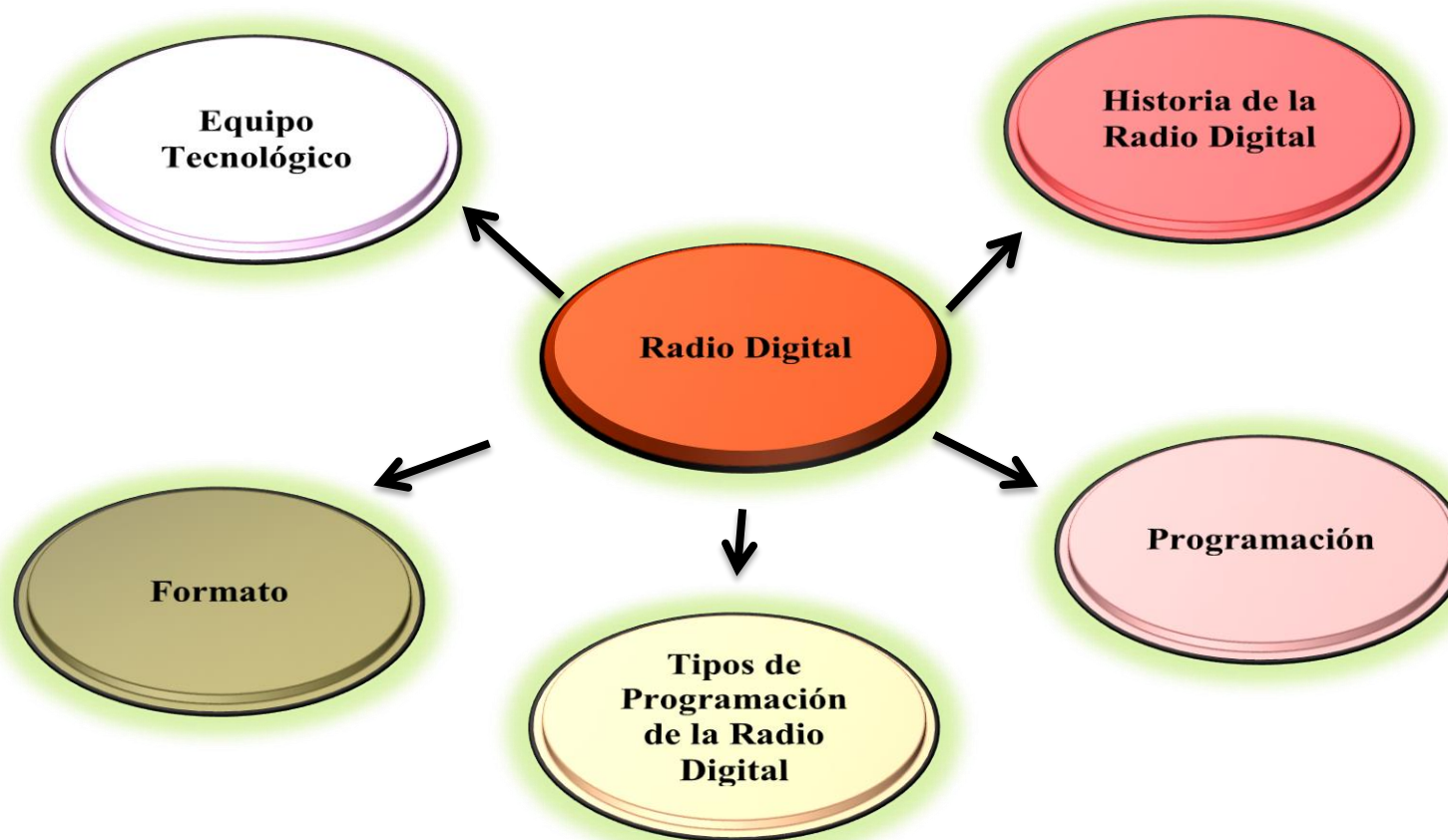


Gráfico N.- 4 Variable Dependiente

Fuente: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Elaborado por: María Fernanda Chicaiza Guerrero

VARIABLE INDEPENDIENTE

COMUNICACIÓN

Citando los primeros conceptos sobre la Comunicación , se dice que proviene del latín *comunicare* y que significa compartir algo, por medio de la comunicación los seres humanos y animales logramos obtener todo tipo de información y a compartir frente al resto de personas que nos rodean, generando una interacción fundamentándose en el mensaje recibido por el receptor y la vez siendo interpretado.

Según lo establecido por (Otero, 2014), “Comunicación es toda interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, Interindividual o intergrupal”. (pág. 112)

Comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es decir, es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, cuando intercambia ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes. Varios autores definen este fenómeno llamado comunicación. Según Ferrer (1994:25), consiste en la creación de significados compartidos a través de procesos simbólicos. (Socorro Fonseca, 2013, pág. 2)

Para Rodríguez (2013), "Comunicación es la transferencia de información y comprensión de una persona a otra. Modo de llegar a otros con ideas, datos, pensamientos y valores. Se trata de un puente de significado entre las personas, para que puedan compartir lo que conocen y siente". (pág. 55)

Según lo mencionado por Díez (2016), "Comunicación es el proceso de pasar información y comprensión de una persona a otra. Por lo tanto, toda comunicación influye por lo menos a dos personas: el que envía el mensaje y el que lo recibe". (pág. 37)

La comunicación vista como un proceso, puede ser bidimensional, su contenido es doble: intelectual y afectivo. Es decir, por un lado, está constituido por el mensaje explícito que transmite el emisor, y por el otro lado le acompaña lo afectivo, estado de ánimo, disposición en que cobra importancia: tono de voz, mirada, gestos faciales y corporales.

COMUNICACIÓN SOCIAL

A la Comunicación Social se la ha denominado área de estudios porque es la que se encarga de la investigación y el exhaustivo estudio acerca de la información, las expresiones y la comunicación permitiendo de esta manera un papel eminentemente importante porque difunde y determina el impacto que causa sobre la sociedad

Giddens (2013), planteó respecto de que la comunicación, en la interacción, implica la construcción de sentido: “La comunicación del significado en la interacción implica el uso de esquemas interpretativos, mediante los cuales los participantes realizan la comprensión de lo que cada uno dice y hace. La aplicación de tales esquemas cognoscitivos, dentro de un marco de conocimiento mutuo, depende y fluye de un «orden cognoscitivo» que es compartido por una comunidad; pero mientras recurre a tal orden cognoscitivo la aplicación de los esquemas interpretativos reconstituye al mismo tiempo ese orden.” (pág.77)

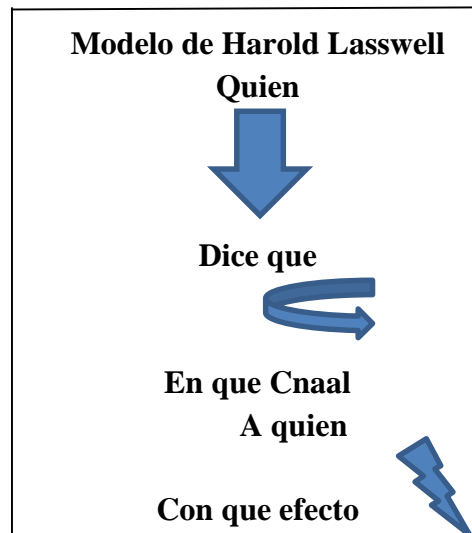
Así mismo se señala que la comunicación social explora un amplio campo sobre varias áreas de información que son transmitidas y a la vez entendidas, visto de este modo la comunicación social logra una investigación distinta y que llega a los medios masivos. Este fenómeno se opera cuando el emisor y receptor decodifica los mensajes y enmarcados en un acuerdo convencional se apropian de los mismos y establecen una real comunicación.

COMUNICACIÓN MASIVA

Las necesidades de los seres humanos pueden ser satisfechos por medio de la

comunicación que va desde lo más simple hasta situaciones complejas, es así que nosotros podemos encontrar siempre lo necesario inclusive si de vestirnros se trata podremos elegir el color y el diseño como suministro de necesidad.

Gráfico N.- 5 Comunicación Masiva



Fuente: (Mindmeister, 2017)

Elaborado por: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Modelo de Harold Laswell

- **Quien:** Periodista o emisor, comunicador, vocero
- **Que Dice:** El mensaje, el objetivo de la comunicación
- **En que canal:** Por teléfono, por el noticiero
- **A quien:** A la audiencia
- **Con que efecto:** Informar, comunicar.

Los medios de comunicación o “mass media” es el resultado de un producto periodístico que identifica a varios grupos de receptores por las emisiones a distintas partes del mundo por medio de la televisión, la radio, los periódicos entre otros.

Informar, formar y entretener tiene como función los medios masivos es así que dentro de los mismos medios hay varios tipos como:

- El entretenimiento

- La noticia
- Segmentos culturales
- Segmentos educativos

El principal propósito de los medios masivos es informar, formar y entretener, en tal virtud dentro de los mismos medios existen diferentes tipos. La mayoría busca ingresar al mundo del entretenimiento de noticias de información, culturales y educativas para la formación de niños de todas las edades.

LA RADIO CONVENCIONAL

Se trata de una tecnología con más de un siglo de antigüedad que ofrece una calidad no muy adecuada para la difusión de música.

Lamentablemente la banda de onda media Fm han provocado que las emisiones de menor calidad hayan ido desapareciendo de forma paulatina ya que la radio invirtió mucho en los géneros periodísticos de ahí nace la necesidad de crear nuevas esferas para un nuevo público estableciéndose la radio comunitaria que nace de la conjugación de intereses de grupos ciudadanos, movimientos sociales o sectores concretos de la población.

Es así como lo convencional ha logrado mover masas para inmiscuirse en segmentos que van dirigido de manera armónica a usuarios dentro del rango popular como en las ferias de domingo, además son escuchadas en parroquias en caseríos lejanos y en comunidades indígenas teniendo una participación educativa de cooperación usados para dar un mensaje o enviar saludos a sus amigos.

Según lo expresado por Delgado (2014), *Estéreo en Bogotá soltó este párrafo. “Aunque las personas sean diferentes, las ideas en producción son comunes”*. (pág. 16)

La cotidianidad de la vida es la fuente más rica de producción radiofónica, pues, de las experiencias personales diarias y las problemáticas sociales nacerán un sinnúmero

de historias unas más interesantes que otras, las mismas que tiene la oportunidad de dar ese paso por un medio masivo como la radio.

Se entiende por radio convencional un medio independiente, que crea sus propios contenidos es así como la radio llega a convertirse en una herramienta importante para la humanidad. Hemos crecido y caminado de su mano.

La radio convencional sobre todo en las capitales de provincias y en las grandes ciudades que están en un crecimiento acelerado y que tienen accesos a internet, su permanencia está corriendo un riesgo que pone en peligro su subsistencia y que este momento deben iniciar un proceso de migrar hacia otras alternativas que les permita estar funcionando en concordancia con los adelantos tecnológicos

Historia de la Radio Convencional en Ecuador

Los inicios de la radio en Ecuador se dan el 13 de junio de 1929; y funciona en una antigua bodega utilizada para el diseño textil y fue: **“Radio El Prado”** en la ciudad de Riobamba, de la mano de Carlos Cordobés Borja que emitían señales electrónicas de baja capacidad con un micrófono adaptado a una radiola. Posteriormente se utilizó un transmisor que se lo ensambló en una caja de madera, no eran muchos los adelantos tecnológicos ni los avances científicos dejando una puerta ampliamente abierta a los radioaficionados del país como de otras latitudes del mundo interesados por mejorar el diseño de equipos y antenas a utilizarse en la radiodifusión del país.

El primer equipo fue propiedad de Juan Eljuri y quienes hicieron posible las emisiones de radio fueron Alejandro Orellana Solano y José Justiniano Espinoza.

Durante la década de los 30 empieza ya a generarse el desarrollo de la radio en las principales ciudades del país. Quito a través de **HCJB “La Voz de los Andes”** lanza la primera señal de radio un 25 de diciembre de 1931.

En 1935 **Juan Behr** de nacionalidad alemana promueve que Diario el Telégrafo ponga una emisora que lleve el mismo nombre de la versión impresa **“Radio El**

Telégrafo”. (Figueroa, 2015, pág. 12)

Gráfico N.- 6 Comunicación Alternativa



Fuente: (Salazar, 2014, pág. 4)

Elaboración: Comunicación Alternativa

En Cuenca las primeras emisiones de radio fueron desde un transmisor en 1938, con 50 vatios de potencia que se instaló en la casa de propiedad de Hortensia Mata, toda su programación poseía horarios responsables que ya tenía la participación de artistas y con la presencia de público.

En la Capital Ecuatoriana aparece en 1940 “Radio Quito” propiedad de Diario El Comercio

En el año de 1949 las ondas hertzianas dan la bienvenida a la versión radiofónica de “La Guerra de los Mundos” de (ORSON WELLS) emitida por la señal de “Radio Quito “genero controversia y pánico entre los capitalinos ya que se trataba de una obra de ficción, tomando medidas e indignados contra la radioemisora “ante el engaño” se produjo un flagelo en las instalaciones de “Radio Quito y Diario el Comercio”.

Gráfico N.- 7 Comunicación Alternativa



Fuente: (Salazar, 2014, pág. 4)

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Noticiosos y con un matiz teatral fue la tendencia con la que estos programas quisieron darle a la sociedad capitalina con un clima de suspenso, una ciudad esencialmente tranquila y al sentirse burlados, varios oyentes se desahogaron su engaño en contra el edificio en donde funcionaba la emisora y el periódico El Comercio.

La primera emisora que nació en Ambato fue “La Voz del Progreso” en 1949 que más adelante paso a llamarse “Radio Nacional Espejo “aquí se transmitieron varias producciones radiofónicas en la gerencia de Gerardo Berborich.

La Radiodifusión en el Ecuador toma un gran impulso sobre todo en las emisoras de FM, éste se estable como favorito por las audiencias.

En el año de 1996 empieza a funcionar El Consejo Nacional de Radio y Televisión (CONARTEL) que regula la operación de las frecuencias de radios y televisión y El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM).

Durante el gobierno del expresidente Rafael Correa Delgado se inició un proceso de calificación y regularización con la finalidad de moderar el monopolio de medios de comunicación.

PROGRAMACIÓN

Programa procede del vocablo latino programa, este término posee varios usos.

Un programa de radio hace alusión a una serie de emisiones que se transmite vía radiofónica con una determina continuidad podría ser:

- Todos los días
- Una vez por semana

TIPOS DE PROGRAMAS RADIALES EN UNA RADIO CONVENCIONAL

Dependiendo el tipo de trabajo que tenga cada radio esta podrá establecer posibles tipos de programas que son en base a sus actividades o a gusto del radioescucha:

- **Programas informativos**
Se destaca principalmente las noticias de actualidad y de realidad nacional e internacional y además la forma de ser presentadas.
- **Programas de variedades**
Este programa tiene una gran posibilidad de llegar a la risa del receptor potencializando juegos, concursos que se ofrece durante el desarrollo del programa de radio con esto se pretende hacer radio, pero muy entretenida y participativa.
- **Programas musicales**
En este tipo de programas prima la parte musical moderna para un segmento juvenil.
- **Programas deportivos**
Este tipo de programas ha comenzado a tener notoriedad en los últimos años, pero cabe resaltar que este ya se hizo presente en los boletines de noticias y en los programas informativos en general, es así que de esta manera apareció el interés al independizarse la especialidad.

- **Programas culturales.**

Tiene una mínima audiencia no dispone de una estructura de producción de interés.

- **Programas especializados.**

En la parrilla de la radiodifusión los programas no son excesivamente abundantes porque prefieren evitar formas de establecer distinciones que hablan de temas expresamente femeninos, juveniles, infantiles etc. (Moreno, 2016, pág. 38)

FORMATO

Según lo determinado por Moreno (2016), “Martí afirma que el formato como la radio especializada en contenidos, mantiene una estructura formal respectiva que actúa a la manera de un único programa durante todo el día, los siete días de la semana.” (pág. 41)

Los formatos radiales designan tres niveles:

Estaciones de radio, programas radiofónicos y componentes de dichos programas.

Las principales categorías en estaciones de radio son:

- Especializados en entrevistas, debates, noticias.
- Dedicados fundamentalmente a la transmisión de música de variado tipo y complementado con otros formatos: transmisión de noticias, entrevistas, reportajes, etc.
- Las estaciones de carácter general “combinan diferentes formatos y se dirigen a un público más general. Los horarios de programación suelen contar con programas matutinos, familiares, para niños, programas de mediodía, programas musicales vespertinos y veladas musicales, crónicas.” (Bolaños, 2016, pág. 64)

FUTURO DE LA RADIO CONVENCIONAL

Lo expresado por Argudo (2015), “El medio radiofónico está a punto de vivir una nueva juventud. La oportunidad es una cuestión ya de presente. El Smartphone es el transistor del siglo XXI. Resulta incómodo, como poco, imaginar un mundo en el que nadie alza la vista de una pequeña pantalla mientras camina.” (pág. 55)

La tarea pendiente está en que los jóvenes, futuros oyentes, encuentren contenido en sintonía con sus inquietudes y visión del mundo. Veremos cómo aparecen nuevos formatos y renacen otros como las radionovelas reinventadas en series radiofónicas. Pero también comprobaremos que para ser exitosos en el nuevo entorno será muy importante el factor transmedia. Al final, podremos decir que la radio empezó a sonar y, por fin, alzó la vista”.

Vicente Argudo puso en marcha la contenido o musical por Internet scannerfm.com, que recibió un Premio Ondas a la mejor cobertura informativa. También fue CDO de las emisoras musicales de PRISA Radio: Los 40 Principales, Cadena Dial, m80radio, Máxima FM y Radio Olé.

Para ser exitosos en el nuevo entorno será necesario un factor tras media, de esta manera objetiva notaremos la presencia de la radio una vez más retomando un impulso enorme que hará que el usuario se satisfaga con lo que recepta.

Para Zumeta (2015), “el 2020 está a la vuelta de la esquina y ni los coches volarán ni la FM desaparecerá. Con todas sus imperfecciones, y su modelo de medición obsoleto, las tendencias del EGM marcan pautas. Cada vez habrá menos oyentes de radio analógica, sobre todo los ‘targets’ más jóvenes, por su emigración al entorno online.” (pág. 57)

Con el despunte tecnológico la radio ofrece nuevas ofertas radiofónicas mucho más atractivas para el receptor y sobretodo, innovadoras, ya que será multibanda es decir la radio convencional y digital.

Lo expresado por (Finazzi, 2015), “La radio es ese camaleón que se disfraza y adapta en función de su entorno. Lo que la ha hecho tan fundamental es, entre otras cosas, su cobertura geográfica, su inmediatez, la facilidad de ser consumida en multitarea y, por supuesto, el estar abierta a la participación de sus oyentes.” (pág. 57)

En los próximos años la radio ya habrá cambiado su modelo de distribución y el soporte por el que se escucha. Su capacidad de segmentación impulsará una nueva relación con sus oyentes, ofreciéndoles contenidos precisos a cada uno de ellos y un nivel de interactividad que potenciará el consumo a tiempo real, con una mezcla de contenidos dirigidos, impulso y oportunidad.

Actualmente dirige los medios musicales online y offline de las operaciones de PRISA Radio en América. Antes fue el impulsor y responsable de la plataforma de Streaming YesFM, la empresa de crowdfunding My Major Company y el site de letras Buluba. La radio del futuro le pondrá rostros a las voces, colores a todas las noticias y la música será el que ponga el estado de ánimo, da la gran oportunidad que el oyente construya su propia línea de consumo es decir podrá tener programación en vivo o pregrabada sujeto a los tiempos que los mismos establezcan. (Finazzi, 2015, pág. 61)

En el año 2016 **MARIELLA TORANZOS** señala que Noruega se convirtió en el primer país en eliminar la Frecuencia Modulada (FM) radial. El proceso ha seguido su curso y para enero de 2017 toda la radiodifusión de la nación escandinava será digital.

Este es el punto de partida de la radio convencional gracias al mejoramiento del servicio en internet en América Latina resulta imprescindible adoptar nuevas formas de llegar a los receptores. Su auge es vertiginoso a inicios de este milenio en países como Estados Unidos y Europa convirtiéndose en pioneros de la nueva transformación de la radio.

En Ecuador existen 500 radios digitales, aunque parezca increíble su creación resulta

fácil y sencilla ya que cualquier persona puede crearla de manera casera. Son de interés y de aceptación por emisores muy jóvenes.

VARIABLE DEPENDIENTE

TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) desarrollan un conjunto de servicios, redes y aparatos con la finalidad de mejorar la vida de las personas dentro de su área y actividades, a la vez se integran dentro de un sistema de información con innovación que ayuda a romper barreras entre ellas cuando usamos las TIC es notable el cambio en la sociedad, en la educación, en las relaciones con el resto de las personas y sobre todo en la forma de impartir conocimientos. (Yáñez, 2013, pág. 29)

La UNESCO dice que las TIC pueden apoyar decididamente “en el acceso universal a la educación, la igualdad en la instrucción, el ejercicio de la enseñanza y el aprendizaje de calidad y el desarrollo profesional de los docentes, así como a la gestión, dirección y administración más eficientes del sistema educativo”

Según lo manifestado por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico de Barcelona (OCDE, 2015), *“la Asociación americana de las tecnologías de la información (Información Technology Association of America, ITAA) hablar de las Tecnologías de Información y Comunicación es referirse al —estudio, el diseño, el desarrollo, el fomento, el mantenimiento y la administración de la información por medio de sistemas informáticos, esto incluye todos los sistemas informáticos no solamente la computadora, este es solo un medio más, el más versátil, pero no el único; también los teléfonos celulares, la televisión, la radio, los periódicos digitales, etc.”* (pág. 114)

Visto de este modo las TIC son herramientas importantes en la producción, almacenamiento y entrega de la información en: voz, imágenes y video.

Son asociadas directamente con:

- Redes Sociales
 - ✓ Comunicación e Interacción
 - ✓ Competencias Tic

- Internet
 - ✓ Wiki
 - ✓ Web 2.0

- Tecnología web
 - ✓ Chats
 - ✓ Correo Electrónico
 - ✓ Motores de Búsqueda
 - ✓ Navegadores Web
 - ✓ Tecnología Push

PLATAFORMAS MULTIMEDIAS

Los productos multimedia en línea han tomado un revuelo importante evolucionando hacia el concepto de plataforma, este término dentro de la informática y en internet, se refiere a un conjunto que forma una combinación del equipo informático, con programas y el sistema operativo.

Se piensa que lo multimedia es un tema implícito en las plataformas porque amplían sus capacidades audiovisuales su desarrollo se extiende hacia las aplicaciones digitales que se dividen en dos grupos

- Las de código abierto (open source)
Software que se distribuye con libertad
- Las de código propietario (privado)
Son de pago

Esta primera clasificación se basa en la identidad del producto y que a la vez se subdivide en:

Plataformas web del tipo CMS (content manager system) que son gestores de contenido, como Joomla, Drupal o WordPress.

Plataformas de vídeo compartido (video sharing) como PHPMotion, Plumi

Aplicaciones App Mobile, que son aplicaciones para móviles con transmisión de datos tiempo real.

Widgets o gadgets, se refieren a programas de dimensiones reducidas que suelen tener una función específica; generalmente, dependen de otro mayor para funcionar o lo complementan.

Plataformas Social Media, que son todas las que nos permiten generar redes sociales en internet como Elg, Xoops o Mahara.

Desarrollos multimedia para librerías específicas (API) de una plataforma existente, como por ejemplo juegos para Facebook, Twitter, etc.

También se crea lenguajes de redes por medio de **HTML5**, junto a CSS3, Ajax y jQuery (JavaScript), crea contenidos, complementos y extensiones multimedia en proyectos digitales.

Los formatos multimedia offline son espacios que almacenan las aplicaciones multimedia y que con el pasar del tiempo van dejando de ser importantes debido a la presencia de las redes sociales.

Estos formatos sin conexión se basan principalmente en su capacidad de almacenaje. Los más extendidos son el DVD, DVD Blu-Ray, CD Cards, USB Cards, Flash memory.

Los formatos sin conexión se desarrollan y crean mediante programas determinados así podemos citar principalmente a Adobe Flash, Adobe Authorware, DVD-Encore, DVD-Author o DVD-Lab.

Por otra parte, los formatos de autoría de vídeo DVD terminan siendo una estructura de carpetas (vídeo/audio) con ficheros de contenido en formato VOB (video object) que pueden tener subtítulos, menús y la navegación que se haya diseñado con el programa de autoría de DVD. (Aedo, Díaz, & Sicilia, 2016, pág. 205)

RADIO DIGITAL

La radio digital es la transmisión y la recepción de sonido que ha sido procesado utilizando una tecnología comparable a la que se usa en los reproductores de discos compactos (CD, por sus siglas en inglés.) En síntesis, un transmisor de radio digital convierte sonidos en series de números, o “dígitos”– de ahí el término “radio digital.” En cambio, las radios analógicas tradicionales convierten los sonidos en series de señales eléctricas que se asemejan a ondas de sonido. (Bustamante, 2016, pág. 177)

La radio digital es el producto de la conversión del sonido emitido por medio de una señal eléctrica (analógica), a una señal compuesta por cifras o números (digital). La radio convencional se transmite por señales eléctricas o analógicas.

Esto implica que las radios emitan y produzcan señales eléctricas con los datos de sonido que a la vez estos sonidos son convertidos por un transmisor de radio digital a una señal compuesta por series de números, similares características a los datos de la informática. (Federal Communications Commission, 2017, pág. 52)

Para la transmisión y recepción del sonido se procesa por medio de una tecnología similar a la de los reproductores o discos compactos, el sistema DAB es la técnica utilizada este generalmente se encarga de omitir los sonidos no perceptibles por el oído, generando una transmisión nítida y de calidad radiofónica que llega a nosotros, entonces las modulaciones digitales llegan a ser más efectivas que las analógicas o tradiciones comúnmente conocida. (Apuy, 2013, pág. 88)

Según lo estipulado por Valencia (2013), “La radio en la convergencia multimedia”, depende de la voluntad, conocimiento y manejo del lenguaje radiofónico de la red:

“El desarrollo de la radio por Internet no depende tanto de los equipos técnicos cuanto de la capacidad de profesionales y aficionados para generar otras modalidades comunicativas sonoras, especialmente las orientadas hacia la interactividad, correlaciones de sonidos y búsqueda de datos e informaciones vinculadas o no de manera simultánea a la emisión de documentos sonoros”. (pág. 39)

Aquí se destacan características muy importantes dentro de la radio digital.

- Las Nuevas técnicas de compresión de audio, como el ya conocido formato MP3, permiten retransmitir programas de audio con alta fidelidad del sonido.
- Las nuevas radios digitales transmiten otros modos de audio como el sonido 5+1, en otras palabras, con las nuevas radios digitales se podrá tener más emisoras de radios, claro esto será posible en países en los cuales otorguen más licencias porque el entorno está saturado y no hay frecuencias para radios analógicas.
- En la radio digital los sonidos se codifican de forma similar a internet y estos a la vez son enviados a los receptores que al momento de escucharlos se decodifican y reciben los sonidos.

Se despliega un abanico de posibilidades ya que la radio digital tiene en sus manos la gran facultad de difundir un alto grado de información que trasciende al sonido casi determinando una similitud con los contenidos que recogemos del internet claro en este caso será el programador o periodista quien elija los contenidos que envíe.

Al entender la comunicación digital vemos que se ha convertido en un fenómeno que ha tomado un auge vertiginoso y alternativo que logra cambiar distintas producciones relacionándose entre medios masivos y receptores.

En tal virtud este abismal cambio impulsa al profesional de la comunicación a estar siempre a la vanguardia, descubriendo lo que hay más allá del mundo conocido.

HISTORIA DE LA RADIO DIGITAL EN ECUADOR

El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) considero el mejor momento para conocer el estado de los medios digitales llegando a la conclusión de que en territorio ecuatoriano existen 133 radios ,30 canales de TV y 57 impresos que vienen desde los medios matriciales o tradicionales.

Existe un total de 34 medios de comunicación nativos digitales ,16 periódicos digitales ,14 radios y cuatro revista . Las provincias con mayor número de medios digitales son: Pichincha ,Guayas, Azuay , Chimborazo ,Manabi , Loja ,Cañar y el Oro.

Las enormes transformaciones que tiene el mundo día a día exigen cada vez más a los medios de categoría convencional a dar ese gran salto a la digitalización de todos los procesos radiofónicos. (Rivera, 2013, págs. 23-24)

PROGRAMACIÓN

En el enfoque de una programación radial hay que entenderla y comprenderla restaurándola cada cierto tiempo, dotándole de nuevas modificaciones y proponiendo segmentos interesantes de mucha interacción convirtiéndose en el interés diario del oyente harán que se mantengan en una transición permanente; por la cual, una razón importante es evaluar, monitorear y en muchos casos en pos de mejorar sus contenidos el personal tendrá que ser cambiado.

Así se demuestra que la radio tiene la capacidad suficiente de transformarse y expandirse.

La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) así como

la Asociación Europea de Publicidad Interactiva (EIAA) llegaron a la conclusión que Internet absorbe el tiempo al resto de los medios y es la nueva forma de hacer radio.

Esta evolución nos ha llevado a la redifusión en tiempo real de los programas con un acceso a los usuarios. Se incrementa los aportes que permiten el paso de la convergencia digital y desde luego una impermeabilidad y una posibilidad de navegación infinita. Mariano Cebrián Herreros esta posibilidad de converger la radio con la Internet y otros medios es lo que se denomina la (**ciber-radio**). (Cebrián, 2013, págs. 15-24)

Con el nacimiento de la radio por internet, las prácticas comunicativas y las audiencias dentro de estas prácticas también mutan, y se da la interacción en tiempo real en los medios y quizá la verdadera constitución de los medio de comunicación, el mundo del internet permite obtener la experiencias increíbles en la radio digital podemos encontrar transmisiones en vivo, videos de las programaciones, fotografías de sus integrantes u otras formas expresivas y de la información que comparten con los receptores permitiendo el interés de los cibernautas mostrando la veracidad de su labor periodística. (Rivadeneira, 2015, pág. 125)

TIPOS DE PROGRAMACIÓN DE LA RADIO DIGITAL

- **Programación Total** (Pretende llegar a varios segmentos de la sociedad)
- **Programación Segmentada** (Marca un target global para la radio)
- **Programación Especializada** (No sólo segmentamos la audiencia, sino que vamos a especializar la programación)

ALL MUSIC Sólo música. Son emisoras eminentemente musicales

ALL NEWS. Sólo noticias. En esta especialización se ofrecen informaciones locales, nacionales, internacionales

ALL TALK. Sólo palabras. Esta modalidad, más empleada que la anterior, prioriza la información.

Hay que tomar en cuenta que existen algunas radios que se han especializado en dirigir contenidos y comentarios netamente deportivos, también han incorporado transmisiones en vivo y en directo incluyendo informaciones y comentarios

FORMATO

“La forma total que toma una programación en una estación radial”

Los formatos como tal servirán para organizar y planificar cada una de las acciones radiofónicas que ayudarán a llegar a nuestra audiencia.

Pedrero (2016), habla del formato como una categoría de la que derivan las principales modalidades de especialización radiofónica, musical o de cualquier otro tipo. El formato es conceptual y operacional que trata de individualizar un segmento de mercado y de formular una programación que le adapte.

El formato cerrado es la radio especializada en la emisión constante y reiterada de uno o varios contenidos prioritarios como información de actualidad, música, deporte y que se complementa con otros espacios durante las veinticuatro horas del día.

De acuerdo al formato que se ofrece al oyente de la radio se da tres variantes:

- **El Formato Musical**

La radio musical crea un relato repetitivo es decir tiene como propósito entretener y acompañar al oyente. Este formato además incluye un desarrollo informativo que se dirige a un Target joven adulto y adulto.

Aquí se puede adaptar varias coordenadas digitales con la finalidad de inmiscuirse dentro de las propuestas al rato mismo de escuchar alguna canción encontrarnos con la biografía de los artistas, año del lanzamiento de sus canciones, fotografías e incluso un chat para sugerir algún tema musical.

Hay elementos que tienen frecuencia dentro de una programación digital: formato musical, deporte, asuntos de interés comunitario, espacios de entretenimiento etc.

- **El Todo Noticias**

Este formato tiene como misión ofrecer la actualidad informativa de manera veraz y oportuna, aquí vemos ya incluirse las transmisiones en vivo, noticias contadas desde el mismo lugar de los hechos con un solo clic mirar y ver lo acontecido en vivo, además se complementa con espacios de divulgación sobre una temática como la salud, el cine, la gastronomía, moda, literatura, la música que siempre es un tema de conversación, la tecnología, la seguridad vial.

Con estos ejemplos El Todo Noticia se convierte en una radio informativa

- **El Música y Noticias**

Este formato entretiene y acompaña además de varios links para descargas listas de éxitos actuales como de otras décadas, que además de informar generan una combinación basada en especialización de música noticias y otros contenidos que se ligan a la realidad actual.

FUTURO DE LA RADIO DIGITAL

Su futuro contará con una elevada calidad de sonido y con la enorme posibilidad de comandar magnetófonos por identificación de los programas, que facilitará el manejo de las conexiones del receptor y sistemas de grabación, se dará una perfecta recepción en aparatos en el trabajo y el hogar, así dando una mejor cobertura en todo un territorio.

Por otra parte se establecerá una inmunidad al desvanecimiento y a las interferencias en el uso de un espacio radioeléctrico, otra posibilidad que se abre con el futuro de la digitalización de las comunicaciones es la convergencias técnica de distintos servicios y la interacción potencial en una misma red en otras palabras significa que

en una misma central recibiremos a la radio y a la televisión conjuntamente.

Hay que tomar en cuenta, cuáles serán las exigencias de los oyentes en cuanto a la música que escucharán y sus diferentes formatos propuestos además se deberá tomar en cuenta las exigencias que también tendrá el oyente porque jugará un papel importante en cuanto a los contenidos de las audiencias, tendrá que tener interactividad en todo momento y observar que pasa en la red para determinar parámetros de audiencia y medir el nivel de visitas a su web

HIPOTESIS

La Radio Caracol FM 91.3, radio convencional, debe iniciar un proceso de migración a la radio digital

Variable Independiente: LA RADIO CONVENCIONAL

Variable Dependiente: LA RADIO DIGITAL

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

La investigación tiene un enfoque cuantitativo porque permite establecer porcentajes e indicadores sobre la Radio Convencional y a su vez cualitativo al efectuar una interpretación de los resultados obtenidos en el proceso.

MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

De Campo

Por otra parte, la modalidad de investigación es de campo, en otras palabras, se acude al sitio en el cual se provoca el problema es decir en Radio Caracol 91.3 FM, a través de esta modalidad y con la información recolectada por medio de entrevistas o visitas a oyentes, productores o los directivos de este medio de comunicación y producción de Radio Caracol 91.3 FM.

Bibliográfica - Documental

Para su estudio se acudió a recopilaciones bibliográficas, revistas de carácter científico, libros, revistas, tesis de grado (virtuales y físicas) que permitió establecer un cimiento teórico.

Al establecer el posicionamiento virtual por medio del monitoreo y gestión de redes en las estrategias digitales de Radio Caracol 91.3 Fm, se obtiene la información que determinará su estudio.

Nivel o Tipo de Investigación

Exploratorio

El nivel de la investigación será exploratorio porque de alguna manera se acerca al problema ya que determina las características de las variables y la situación en que se desarrolla.

Además, será exploratoria esta investigación porque va a determinar la manera y la forma en que se va a realizar las Estrategias Digitales en Radio Caracol 9.3 Fm y por otra parte será descriptivo su estudio ya que se obtienen datos por medio de la encuesta y determinar las acciones, que describirán las acciones y actividades de las variables para poder amoldarse a los datos recolectados.

Correlacional

La investigación será además de tipo correlacional porque ayuda a identificar y determinar los resultados por la relación que hay entre las variables y el escenario que podrán optimizar las Estrategias Digitales y se pueda encaminar la propuesta.

POBLACIÓN Y MUESTRA

De acuerdo con Freund & Miller (2013), se escogió el muestreo no probabilístico, por decisión de expertos en donde la muestra fue sugerida por personas conocedoras del problema de investigación que son comunicadores sociales, con muchísimos años de experiencia sobre el fenómeno investigado quedando la muestra de la siguiente manera, en la población se encuestó a 100 personas de la ciudad Ambato.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE: RADIO CONVENCIONAL

CONCEPTULIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TECNICAS	INSTRUMENTOS
<p><i>La Radio Convencional es un medio de comunicación masivo, transmitido por un sistema de registro analógico con antenas y su operación son a través de su programación y formatos.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Medio Masivo 	<ul style="list-style-type: none"> Medios Fríos 	<ul style="list-style-type: none"> ¿La Radio Tradicional o Convencional motiva la participación del público? 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevista a Productores de Radio, oyentes 	<ul style="list-style-type: none"> Guía de Entrevista
		<ul style="list-style-type: none"> Medios Calientes 	<ul style="list-style-type: none"> ¿La programación de la radio (convencional o digital), invita a que el público reaccione y de sus aportes? 	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> Cuestionario
	<ul style="list-style-type: none"> Programación 	<ul style="list-style-type: none"> Tipo de Programas 	<ul style="list-style-type: none"> ¿En los sistemas de transmisión digital, están 	<ul style="list-style-type: none"> Directores 	

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Formatos ○ Analógico ○ Sistema de Registro 	<p>disponibles los programas solo el momento en que se ejecutan?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Técnicos de Periodismo
--	--	--	--

Cuadro N.- 1 Operacionalización de la Variables Dependientes
Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

VARIABLE DEPENDIENTE: Radio Digital

CONCEPTULIZACION	DIMENCIONES	INDICADORES	ITEMS	TECNICAS	INSTRUMENTOS
<p><i>Es el sistema de codificación de audio a través de sistemas de transcodificación o codificación transformando el audio analógico en señales digitales que luego de ser receptadas por un receptor transforman las señales o datos digitales nuevamente en señales analógicas.</i></p>	○ Digital	○ Formatos	¿Cuáles han sido los cambios de la Radio Convencional a la Radio Digital?	○ Entrevista a Productores de Radio	○ Guía de Entrevista
	○ Transmedial	○ Narrativas		○ Encuesta	
	○ Multimedial	○ Digital	¿Qué perfil profesional se requiere para trabajar en una radio digital?	○ Directores	

- Multimedial

¿Con la tecnología
qué cambios se han
dado en la radio?

- Técnicos de
Periodismo

¿En la radio digital,
la participación del
público es mayor o
menor?

Cuadro N.- 2 Operacionalización de la Variable Independiente: Radio Digital
Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Para qué?	Para lograr los objetivos establecidos en la investigación
2.- ¿Para alcanzar los objetivos propuestos de la investigación?	Obtener información de productores, locutores y técnicos en radio
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Radio Convencional y la Radio Digital
4.- ¿Quién?	Investigador: María Fernanda Chicaiza Guerrero
5.- ¿Cuándo?	Durante el periodo septiembre 2017 – marzo 2018
6.- ¿Dónde?	Cantón Ambato, Provincia Tungurahua
7.- ¿Cuántas veces?	Una ocasión
8.- ¿Qué técnicas de recolección?	Entrevista Encuesta.
9.- ¿Con qué?	Guía de entrevista Cuestionario Estructurado
10.- ¿En qué situación?	Población del Cantón Ambato

*Cuadro N.- 3 Plan de Recolección de Información
Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero*

Técnica e Instrumentos

Para la realización de la investigación se utilizará las siguientes técnicas e instrumentos de investigación:

Tipo de Información	Técnicas de Investigación	Instrumento de Investigación
Información primaria (De campo)	Encuesta	Cuestionario
Información secundaria	Lectura científica	Tesis de grado de comunicación y estudio relacionados con el tema de investigación

Cuadro N.- 4 Técnicas e Instrumentos

Elaboración.: María Fernanda Chicaiza Guerrero

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Análisis e Interpretación de Resultados

PREGUNTA N°1: ¿Escucha Radio Caracol FM 91.3?

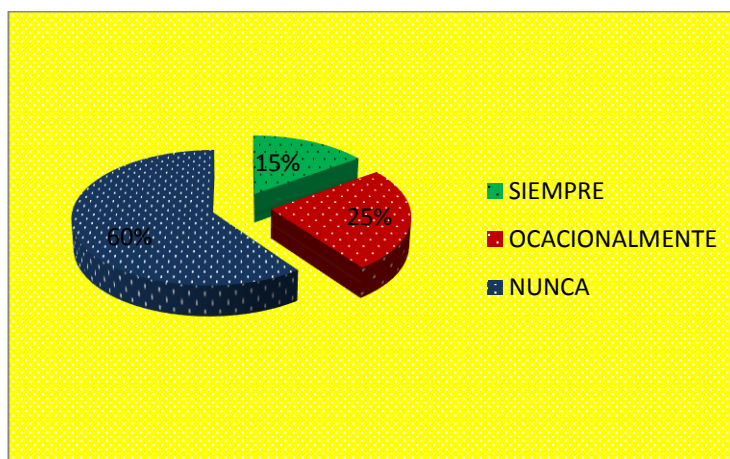
Cuadro N.- 5 ¿Escucha Radio Caracol FM 91.3?

OPCIONES	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
SIEMPRE	15	15%
OCACIONALMENTE	25	25%
NUNCA	60	60%
TOTAL	100	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Gráfico N.- 8 Escucha Radio Caracol FM 91.3



Fuente: Investigación de campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Análisis e Interpretación

De las 100 personas encuestadas, se determina que el 15% escuchan siempre la radio, mientras el 25% escucha ocasionalmente y 60% no escucha la radio. Refiriéndose a los tres objetivos específicos vemos que es una radio que los encuestados determinan que, si tiene una buena sintonía, porque al haber seleccionado por juicio de experto a 100 ciudadanos de distintos barrios de la ciudad de Ambato, y tomando en cuenta que en la ciudad existen 11 radios que funcionan en AM y 22 radios en FM la sintonía que tiene Radio Caracol FM 91.3 es muy buena.

Pregunta N° 2: ¿Conoce si Radio Caracol FM 91.3 es una Radio Convencional?

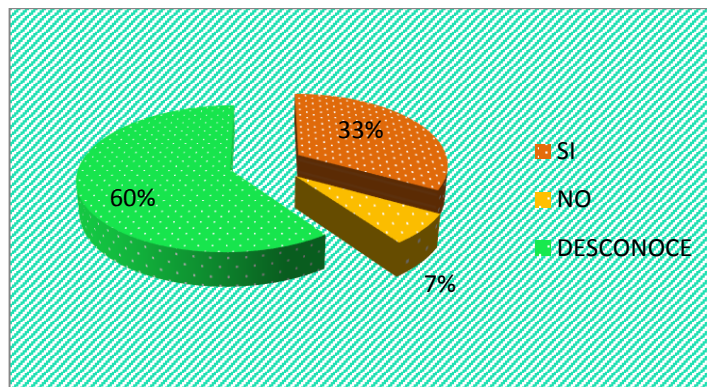
Cuadro N.- 6 Radio Convencional

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	33	33%
NO	07	07%
DESCONOCE	60	60%
TOTAL	100	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Gráfico N.- 9 Radio Caracol es una radio Convencional



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Análisis e Interpretación

La segunda pregunta pretende saber si los oyentes conocen si la Radio Caracol funciona como radio convencional, y tiene directa conexión con el objetivo dos de la investigación y la variable independiente, para intentar obtener información sobre el posicionamiento virtual de la radio, obteniéndose que un 35% asevera que la radio es convencional, un 5% cree que es digital y un 60% desconoce.

Pregunta N°3 ¿Las radio emisoras deben iniciar acciones para pasar a operar como radios digitales?

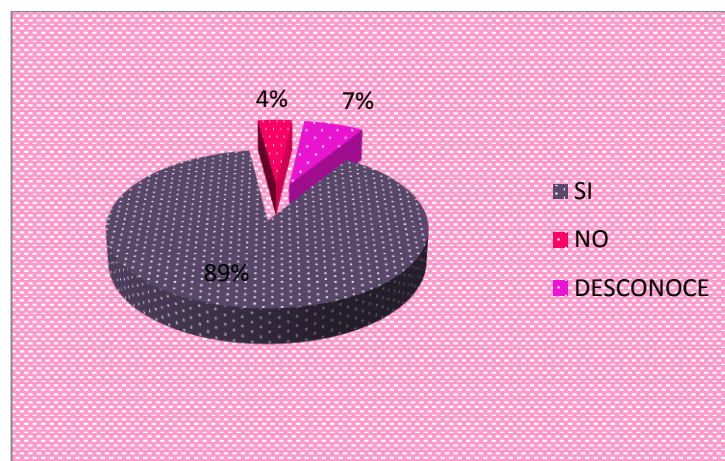
Cuadro N.- 7 Radio Digital

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	89	89%
NO	04	04%
DESCONOCE	07	07%
TOTAL	100	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Gráfico N.- 10 Operar como Radios Digitales



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Análisis e Interpretación

La tercera pregunta está relacionada directamente con la variable dependiente y con el objetivo investigación 3 y se desea saber si el público que escucha radio ve que las emisoras deben comenzar a aplicar estrategias para avanzar a las radios digitales, respondiendo los encuestados en un 89 % que sí; 4% mantienen conformidad en que siga la radio así y un 7% desconoce sobre el tema. Se puede observar que en su gran mayoría los encuestados participan del cambio de la radio convencional a la radio digital.

Pregunta N°4 ¿Conoce si Radio Caracol FM 91.3 utiliza Streaming?

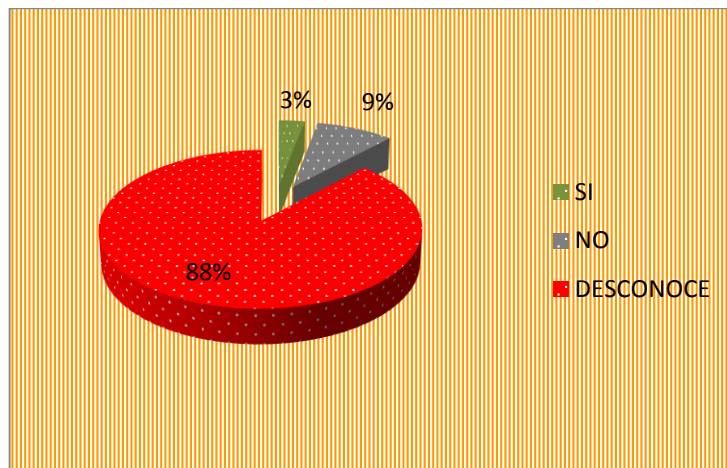
Cuadro N.- 8 Utiliza Streaming

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	03	03%
NO	09	09%
DESCONOCE	88	88%
TOTAL	100	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Gráfico N.- 11 Utiliza Streaming



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Análisis e Interpretación

Se pretende conocer si Radio Caracol funciona con Streaming que significaría que en parte se está dando oportunidad al radioescucha de participar en una plataforma tecnológica que a su vez es parte de una radio digital. Un 3% asevera que sí, un 9% afirma que no utiliza Streaming la Radio Caracol y un 88 % manifiesta desconocer.

Pregunta N°5 ¿Considera que en Radio Digital hay mayor participación del oyente?

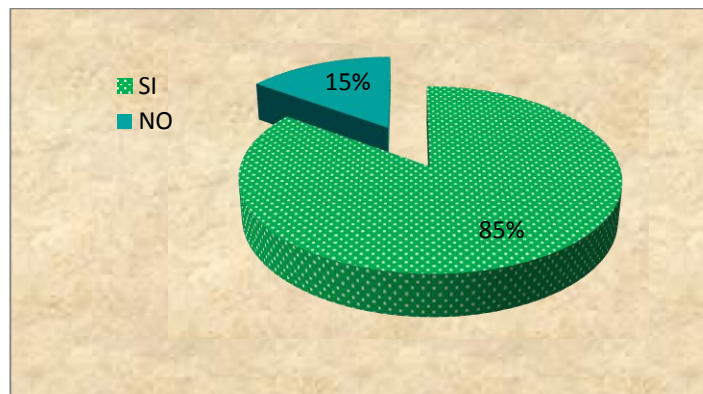
Cuadro N.- 9 Mayor participación del Oyente

OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	85	84%
NO	15	15%
TOTAL	100	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Gráfico N.- 12 Mayor Participación del Oyente



Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Análisis e Interpretación

Se desea saber si el público, en la radio digital, participa más que en la radio convencional; se determina que el 85% de encuestados manifiesta que si es más proactiva una radio digital, frente a una 15 % de encuestados que manifiesta que no.

APLICACIÓN DEL MÉTODO CUALITATIVO O CUATATIVO DE ANÁLISIS DE DATOS.

Consiste en dar el valor exacto de acuerdo al porcentaje obtenido a la información recopilada durante el desarrollo de la investigación de campo y contrastándola con los objetivos de investigación y las variables independiente y dependiente para confrontar con la hipótesis a fin de comprobarla o rechazarla.

OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN Y VARIABLES	ANÁLISIS DE DATOS	INTERPRETACIÓN
Indagar que limitaciones tiene Radio Caracol FM 91.3 al estar funcionando en un gran porcentaje como radio convencional. Variable independiente: RADIO CONVENCIONAL	De 100 encuestados, el 15% escucha siempre la Radio, 25% ocasionalmente. Un 33% manifiesta que es una radio tradicional.	Se desprende que Radio Caracol FM 91.3 tiene una sintonía muy aceptable en la ciudad de Ambato, pero que requiere estar de la mano con la tecnología para mantener la competitividad en el mercado.
Verificar el posicionamiento en transmisiones en una plataforma virtual Radio Caracol FM 91.3 VARIABLE INDEPENDIENTE	Un 89% de los encuestados desconoce si la radio trabaja en plataformas virtuales	Al no tener un buen posicionamiento en redes la radio corre el riesgo de disminuir sus oyentes.
Analizar que estrategias se requieren para mejorar a un sistema de radio digital. VARIABLE INDEPENDIENTE	Un 88% desconoce si la radio está trabajando con el Sistema Streaming y un 89% de los encuestados cree que se deben emplear estrategias para migrar a una radio digital	Los radioescuchas desconocen si Radio Caracol está trabajando con sistemas tecnológicos de última generación y la estrategia principal es tomar la decisión hacia lo tecnológico para mantenerse vigentes.
Proponer una alternativa de solución al problema de Radio Caracol 91.3	Opinan un 85% de los informantes que en radio digital la participación del público es mayor.	Capacitación al personal en el manejo de tecnología y redes sociales con paquetes aplicados a Radio. Un plan de negocios para digitalizar los equipos. Adquisición de un transmisor digital.

Cuadro N.- 10 Ampliación del Método Cualitativo

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

¿Qué perfil profesional se requiere para trabajar en una radio digital?

ENTREVISTA No. 1

Nombre del entrevistado: Cecilia Gómez Chiriboga



Profesión: Lic. Comunicación Social

Experiencia en radio:

- RADIO HOLA 92.5
- JC RADIO LA BRUJA 97.3
- RADIO ZARACAY 100.5
- ONDA JAEN RADIO Y TELEVISION CADENA DEL GOBIERNO ESPAÑOL

Objetivo: Obtener información sobre la Radio Convencional a la Radio Digital

PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACION
1.- ¿La radio tradicional o convencional motiva la participación del público?	Yo creo que ahora estamos todos digitalizados y que la radio convencional es una radio, dependiendo quien lo haga, todo depende de la persona que este dirigiendo un programa de radio, quien dirija el noticiero, un programa de	Sin duda la programación tiene que ser atractiva para cautivar a la gente que se sienta identificada con cada espacio de la radio y claro todo depende de

	<p>opinión da exactamente igual el formato que sea una radio convencional o radio digital siempre y cuando los contenidos sean buenos y la gente se enamore se encante por ese programa y comience a participar</p>	<p>quien haga ese espacio y gente empiece a participar.</p>
<p>2.- ¿Cuáles han sido los cambios de la radio convencional a la radio digital?</p>	<p>Yo creo que aparte del sonido en alta definición que se ha logrado con el cambio digital ,porque eso es importantísimo ,se ha logrado darle calidad al sonido ,las voces suenan muchísimo mejor se ha creado una radio mundial y antes solo te escuchaban las personas que estaba dentro de la frecuencia de la FM a la Am ahora por medio del internet te puede escuchar cualquier persona en cualquier lugar del mundo entras a la página web de la radio y puedes estar haciendo la radio en Ambato que te están escuchando en Australia ,Estados Unidos, España en cualquier lugar del mundo.</p> <p>Hemos ganado muchísimo sobre todo hemos ganado ahora en este bum desde el año 2000.</p> <p>Mucha gente que no ha regresado sin embargo añora lo que se escuchaba en su país, al locutor que se escuchaba.</p> <p>Es importante que enciendas la radio que te sientes cerca de la gente que quieres y el internet hace posible</p>	<p>Una mayor definición del sonido se ha logrado hoy en día, las voces son mucho más digitalizadas nítidas e incluso la radio de hoy te acerca a tu gente sin importar en el lugar del mundo en donde te encuentres.</p>

	acercar a la radio a las personas en cualquier lugar del mundo	
3.- ¿En la radio digital, la participación del público es mayor o menor?	<p>Yo siempre hablo de cercanía porque yo creo que el medio de comunicación, los comunicadores debemos estar a la par de la gente de nuestros oyentes, la ciudad, la ciudadanía, la sociedad tiene que estar girando siempre alrededor del medio de comunicación si no hay cercanía, no hay calidez no hay nada entonces yo tengo que enamorarte a ti para que tú me escuches participes y me facilites el trabajo.</p> <p>En parte las nuevas tecnologías si han facilitado, pero nos han alejado un poquito, ahora todo es más puro mensaje y a mí como locutora a mí me gusta escuchar al oyente, me gusta sentir que me llama que se emociona, nada más que yo le conteste el teléfono esa persona sabe que me tiene, ahí y me gusta eso y eso lo hemos perdido desafortunadamente, pero hemos ganado en mensajes.</p> <p>La gente con un mensaje ya no llaman ya no se gasta el dineral que se gastaba hablando por teléfono la gente manda un mensaje a través wasap no gasto nada y me estoy comunicando, sin embargo es un arma de doble filo porque luego yo no sé si es verdad te está escuchando María Fernanda o el</p>	<p>La comunicadora pone de manifiesto que la cercanía asía el oyente es importante pero las nuevas tecnologías también nos han alejado, pero a la vez han facilitado muchas situaciones. En otras palabras, la gente prefiere ya no llama a pedir su canción si no que ahora solo se toman unos segundos para hacerlo a través de mensajes vía wasap mensajes que muchos llegaríamos a pensar que no son tan ciertos o no tan reales.</p>

	locutor se ha inventado, me gusta más la cercanía de la llamada de teléfono que hay que recuperarla yo creo que ye esas cosas hay que volverlas a recuperar.	
4.- ¿La programación de la radio (convencional o digital), invita a que el público reaccione y de sus aportes?	Sí tu motivas a la gente sí, claro que sí, estamos hablando siempre alrededor del ser humano, puedes tener una radio extraordinaria llena de equipos de última generación lo nuevo en el mercado en cuanto a telecomunicación ,pero si tu como talento humano no tienes gente que en realidad te genere esa emoción en el público, no vamos a ver absolutamente nada ,por eso es importante que el comunicador que esté al frente del micrófono sea un persona preparada y que sepa motivar al público, para que participe porque si la programación es muy plana la gente no se emociona ,si el locutor genera emoción en el oyente ,el oyente va a ser parte fundamental de esa programación.	Desde luego que motiva por esos es importante que el comunicador genere emoción en las audiencias, así la gente que este del otro lado del receptor va a multiplicar esa sintonía y no siempre es necesario contar con equipos de última generación.
6.- ¿Con la tecnología qué cambios se han dado en la radio?	Hemos cambiado en la rapidez incluso una noticia que se esté generando en EE.UU. lo conocemos automáticamente en todo el mundo entonces la rapidez ha ganado tiempo y dinero porque antes, había que esperar, había que invertir en la	Hemos ganado tiempo y dinero en todo lo que adquirimos de manera inmediata gracias a la rapidez de la tecnología ya no hay que esperar meses o días para que

	<p>compra equipos ahora no, las nuevas tecnologías te hacen las cosas más cerca todo y está a la mano.</p> <p>Tú quieres información de cualquier parte del mundo las nuevas tecnologías te las dan y eso lo llevas a los medios de comunicación entonces ya no hay que espera, antes por ejemplo se tomaba su tiempo para que llegue el éxito que estaba sonando en Estados Unidos o vaya alguien y nos traiga el disco o alguna noticia que pasaba había que esperar, ahora suena el éxito del momento al mismo tiempo en todos los radios a nivel mundial</p> <p>Entonces se ha ganado inmediatez gracias a las nuevas tecnologías.</p>	<p>llegue una noticia importante ahora inclusive se puede disfrutar del estreno mundial de un tema musical de algún artista sin importar el punto geográfico todo te lo da las nuevas tecnologías ahora es cuestión de segundos nada más para obtener lo que deseamos.</p>
<p>7.- ¿Qué perfil profesional se requiere para trabajar en una radio digital?</p>	<p>Es importante tener el conocimiento dentro lo que estás haciendo ,porque hay que manejar equipos modernos ,antes muchas veces la formación era empírica ,ahora es importante por ejemplo que la gente que trabaja en televisión sepan manejar una cámara digital ,una cámara HD la gente que está en radio sepa manejar equipos de producción que ya viene de otra manera antes la cosa era más casera, es importante que tengamos técnicos codificados y productores codificados e incluso los locutores tenemos que estar ahora constantemente</p>	<p>El desempeño en radio ahora ya no es empírico o más casero como antes, la gente se prepara en distintas áreas adquieren un mayor conocimiento en protocolos en aprender a manejar un cámara HD ,en equipos de producción , toman cursos de radio ,televisión porque de hecho a los medios les interesa que los</p>

	<p>formándonos haciendo cursos de radio y televisión , posproducción ,doblaje , voces comerciales siempre estamos aquí en España empresas se preocupan que la codificación de sus empleados sea optima, incluso hasta cosas de protocolo porque es importante que nosotros tengamos ese conocimiento porque ya no solamente la nueva era queda en solamente en equipos de alta definición ,sino que también te tiene que traer profesionales altamente codificados personas que sepan lo que está hablando y lo que están haciendo entonces yo creo que es importantísimo que la gente que trabaje en un medio de comunicación actualmente esté preparado para ello.</p>	<p>comunicadores que trabajan en ella ,estén siempre a la vanguardia y que todo se vea reflejado en el trabajo ya terminado .</p>
--	--	---

Cuadro N.- 11 Análisis de Contenido

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

ENTREVISTA No. 2

Nombre del entrevistado: Franco Herdoiza Mancheno



Profesión: Mg. Lic. Comunicación Social

Experiencia en radio:

- Radio Calidad
- Radio Paz y Bien 104.5
- Radio Hola 92.5
- Radio Caracol 91.3
- Radio Bonita 93.7
- Stereo Fiesta 94.5
- Radio Amor 96.9

Objetivo: Obtener información sobre la Radio Convencional a la Radio Digital.

PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACION
1.- ¿La radio tradicional o convencional motiva la participación del público?	La naturaleza propia de la radio sin duda es mucha participación ,invita a la participación llama a la interactividad ,sin embargo el manejo local el manejo nacional y hasta internacional ha	La radio tradicional o convencional ha dejado de provocar convocatoria e interactividad ya que la radio digital es ahora quien proporciona inmediatez

	<p>olvidado un poco el cognoscitivo de la radio ya no convoca la participación ya no genera interactividad ya los medios digitales se han encargado de la inmediatez , la interactividad ;dejando a la radio en los tres medios convencionales más conocidos como son la radio la radio, la prensa escrita, la televisión y dejando a la radio como el patito feo de los medios convencionales.</p> <p>Nos ha dejado sin mucho brillo sin interactividad pese a que la posibilidad de la plataforma digital se abre para todos.</p>	
<p>2.- ¿Cuáles han sido los cambios de la radio convencional a la radio digital?</p>	<p>La radio convencional se mantiene tal cual como es , creo que hay un pequeño cambio en la actividad de los segmentos que suena, antes la radio priorizaba la voz, la participación del locutor ,ahora la radio tiene necesidad por la proyección de música eso</p>	<p>La actividad de cada uno de los segmentos y la programación aún se mantiene lo que se ha enfatizado con la radio digital es la priorización de la voz de los locutores y claro los medios digitales no tienen una ley de regulación como de la</p>

	<p>que consideramos una lucha constante, el hecho de proyectar sonidos ,tener la posibilidad de generar programación a partir de contenidos ya creados o mandar música ,se reproduce en la plataforma digital con la radio digital no tenemos mayormente una regulación para los medios digitales lo que si sucede con la radio convencional.</p> <p>La radio convencional está sujeta a una ley de comunicación que exige entre otras cosas, por ejemplo, el uso de contenidos culturales o pluriculturales mientras que eso no sucede en la radio digital, es una radio de sistema libre de cualquier contenido de la ley o de las repúblicas y quien quiera puede adaptar una señal de radio las 24 horas del día, sin regulación alguna, lo que pasa en la plataforma convencional.</p>	radio convencional.

<p>3.- ¿En la radio digital, la participación del público es mayor o menor?</p>	<p>La radio digital no tiene mayor número o tráfico de oyentes que la radio convencional, la radio convencional hizo dos grandes grupos; los unos como oyentes y los otros como personas que están activadas internamente con el medio, sigue siendo mayor el número de los oyentes y participantes de la radio digital, sin contar exactamente con un estudio definido del tráfico de oyentes en la radio digital.</p> <p>Creo que todavía la radio convencional sigue mandando en el número de oyentes, personas que manejan, que participan en el medio de comunicación</p>	<p>No existe aún un número alto de oyentes en la radio digital en tal virtud todavía la radio convencional es quien manda y tiene un mayor tráfico y participación de oyentes.</p>
<p>4.- ¿La programación de la radio (convencional o digital), invita a que el público reaccione y de sus aportes?</p>	<p>Creo que no hay muchas posibilidades, todo es a conciencia haciendo noticias abriendo las líneas telefónicas para recibir las quejas hasta la participación por otros sitios y de la misma manera los programas de</p>	<p>Hay que aprovechar cada una de las participaciones ya que según lo que señala el comunicador la participación puede ser interesada y que el público participe solo en determinados espacios del medio de comunicación.</p>

	<p>entretenimiento abren de alguna manera la participación ,sin embargo no es masiva solo es participación interesada puede ser de quien está operando en ese instante el medio de comunicación, para de alguna manera distinguir o evidenciar que existe participación lo poco hay que aprovechar.</p>	
<p>5.- ¿En los sistemas de transmisión digital, están disponibles los programas solo el momento en que se ejecutan?</p>	<p>La mayoría de las radios las 24horas, la automatización, la llega de la tecnología a ha permitido que la transmisión de contenidos a través de la radio sea permanente las 24 horas de programación, es fácil que cualquier oyente pueda conectarse sin embargo los oyentes desde otro lado están permanentemente seducidos por otro tipo de cosas.</p> <p>La radio si bien es cierto es un medio masivo hay mayor identidad podemos seguir trabajando mientras</p>	<p>El cambio digital ha permitido que los medios estén disponibles hoy más que nunca activados y encendidos las 24 horas de día es decir que puedes encender la radio y sea cualquier hora del día puedes disfrutar de la programación normal de tu radio favorita.</p>

	<p>escuchamos radio lo que sucede cuando vemos la televisión o miramos un periódico, el internet no es exclusivamente para eso, pero quienes estamos pendientes de la radio podemos conectarnos desde cualquier parte del mundo ahora más todavía con la llegada de la tecnología digital ha puesto en marcha muchas fases importantes de la producción de los medios convencionales en la plataforma digital.</p>	
<p>6.- ¿Con la tecnología qué cambios se han dado en la radio?</p>	<p>Con la llegada de la tecnología la evolución tecnológica es diaria porque una persona que se considere tener un último invento de la moda en equipos tecnológicos para radio a la semana ya hay un equipo más evolucionado con más bondades técnicas y que su equipo quedaría si no es en desuso por lo menos discontinuado entonces la tecnología viene a ser un</p>	<p>El estar siempre a la vanguardia despierta las enormes posibilidades de que los medios a través del Internet se den a conocer regale mejores propuestas al oyente haciendo interactiva esa relación y generando una comunidad mucho más atractiva.</p>

	<p>gran aporte a la radio ,viene a despertar las posibilidades de alcance ,de diseño de programación porque con los medios digitales con la web 2.0 que es lo sucede con los medios análogos como la televisión, como la radio podríamos decir como medio convencional la prensa escrita dan un paso súper grande para generar contenidos interactivos ,ya ahora leer un periódico digital no tiene nada que ver con un periódico impreso ,las páginas web los periódicos son tan interactivas como las de los canales ,porque maneja la prensa escrita maneja por ejemplo videos , manejar audio entonces las entrevista que van hacer redactadas tiene un soporte de video o de una grabación de audio que también son colgadas en las páginas web y las hacen mucho más interactivas se las conoce</p>	
--	---	--

	<p>como hipertextualidad ;la radio ha sido el medio que un poco se ha quedado en esta búsqueda en esta seducción en esta conquista de estas bondades tecnológicas.</p> <p>La radio ahora se promociona a través de Facebook con un programa prácticamente que da la posibilidad de promover más el medio convencional le conoces al locutor como no pasaba antes en la radio ,en la radio antes escuchabas una voces buenas o malas tenías una idea nada más de cómo era el locutor esa era la magia de la radio que rompe la tecnología de hoy porque la radio era una caja de sonidos emitidos permanente que te daba a ti la posibilidad de configurar una verdad tuya una noticia contar a 100 oyentes a través de a radio te resultaba tener 100 historias la tecnológica llega le da a la radio un impulso que en</p>	
--	---	--

	<p>muchos casos no son aprovechados que pudiendo transmitir online muchos de comunicación no lo hacen dejando de lado una posibilidad de generar comunidad , otras radios están conectada a internet si pero lastimosamente no generan comunidad no tiene una programación interactiva no generan nada novedoso que retenga a la gente pegada a la señal de radio la novedad está en la plataforma digital.</p>	
<p>7.- ¿Qué perfil profesional se requiere para trabajar en una radio digital?</p>	<p>Sin duda como mínimo la gente que aspira a manejar un medio de comunicación y ponerse al mando de una cabina, una cabina equipada con tecnología de la misma manera ,en la que un capitán de avión entra a una cabina equipada con equipo de vuelo deberían de tener preparación yo creo que como mínimo deberían de ser</p>	<p>La persona responsable de un medio de comunicación y que este en la dirección de un programa debe de prepararse tener el conocimiento suficiente para ponerse al mando de un medio de esta enorme capacidad, tener un amplio apego a la superación profesional ser educado y tener muy buen manejo de contenidos.</p>

	<p>comunicadores sociales que más allá de cualquier actividad vocal más allá de cualquier actividad de producción, debería de manejar contenidos genéricos importantes como saber hablar correctamente ,saber dirigirse respetuosamente a una audiencia y aparte de ser comunicador ser una persona muy apasionada por la lectura por lo menos con un régimen de lectura de 5 o 4 libros al año lo que ayudaría muchísimo para poder generar contenidos más inteligente y más guiados.</p>	
--	--	--

Cuadro N.- 12 Análisis de Contenido

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

ENTREVISTA No. 3

Nombre del entrevistado: Daniel Alejandro Santoro



Profesión: Tecnólogo en Audiovisual

Experiencia en Radio:

- Radio Ritmo 94.9
- Radio Alcores (Cadena Radial Española)
- Stereo Fiesta 94.5
- Radio Bonita 93.7

Objetivo: Obtener información sobre la Radio Convencional a la Radio Digital

PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACION
1.- ¿La radio tradicional o convencional motiva la participación del público?	<p>La radio siempre ha vivido de motivar llamar la atención y la participación del público al cual se dirige, yo creo que aquí en Latinoamérica, en nuestra provincia, nuestra ciudad todavía la radio tiene mucha vigencia.</p> <p>La radio tradicional tiene una participación activa</p>	<p>Aún tiene mucha aceptación y la vigencia y es notoria en la radio convencional en nuestra provincia sobre todo en audiencias que ya tiene de su lado un noticiero o una programación que hacen parte de su cotidianidad y así hace que tenga la aceptación necesaria para mantenerla vigente.</p>

	<p>por parte del público sobre todo en audiencias que ya tienen una edad madura en el tema noticias por ejemplo, todo el mundo en la Ciudad Jardín del Ecuador sabe que estación de radio quiere sintonizar si quiere informarse de algún acontecimiento noticioso y esto se refleja en cada uno de los formatos la gente tiene claro que estación de radio en cuál de ellas quiere participar dependiendo sus gusto o sus aficiones etc.</p> <p>Yo creo que si la radio todavía tiene un poder de convocatoria bastante alto.</p>	
<p>2.- ¿Cuáles han sido los cambios de la radio convencional a la radio digital?</p>	<p>Mutar ,trasmedializarse ,acogerse a las nueva maneras de consumir radio ,antes tenías que escuchar la radio en el horario que se tenía establecido si decía que el programa duraba de 3 a 6 de la tarde y no lo escuchaste en ese lapso de tiempo pues simplemente no lo escuchaste, pero</p>	<p>Las nuevas maneras de consumo han dado un plus especial a la gente en cuanto a elegir una radio indistintamente en el horario ya que ahora es posibles escuchas un programa que ya sonó hace unas horas atrás o puede ser en tiempo real eso ha ayudado a que la gente disfrute de sus espacios en</p>

	<p>ahora con las nuevas aplicaciones tu eliges el lugar donde escuchas determinado producto comunicacional esto ha marcado un cambio rotundo porque la gente participa de manera activa así también el medio de comunicación ya tiene ónociones de lo que le gusta a la gente y por donde tiene que seguir captando más oyentes.</p>	<p>la radio a cualquier momento.</p>
<p>3.- ¿En la radio digital, la participación del público es mayor o menor?</p>	<p>No se puede decir si es mayor o menor pero la gran diferencia que se marca es cuando la participación se realiza a través de un medio digital queda ya la huella la gente que participa en un medio digital participa con un like participa con un comentario con un yo comparto esta publicación porque me interesa entonces se transforma en especie de registro donde queda plasmado ya la aceptación o no de los de contenido que se pueden</p>	<p>La participación es notoria en la radio digital el público ya sea con un like con una publicación o con un comentario ya forma parte de lo que impone las nuevas tecnologías.</p>

	<p>dar desde el medio tradicional que ya se ha adaptado a la nuevas tecnologías y que hoy por hoy el rating es el que determina si esto se acepta o no se acepta.</p>	
<p>4.- ¿La programación de la radio (convencional o digital), invita a que el público reaccione y de sus aportes?</p>	<p>Si, depende mucho del planteamiento del formato del programa que ellos realicen y oferten, porque la variedad y cantidad de medios de comunicación sobre todo aquí en la ciudad es bastante alto dependerá muchísimo de que producto se oferte para que la gente participe y si el tema es interesante la gente estará ahí.</p>	<p>Depende mucho el producto comunicacional que oferten sobre todo en la variedad de programas esto dependerá muchísimo si a la gente le resulta enriquecedor la gente va a estar pegado a la radio dando secuencia a ese programa.</p>
<p>5.- ¿En los sistemas de transmisión digital, están disponibles los programas solo el momento en que se ejecutan?</p>	<p>Hoy por hoy aquí en nuestra localidad empezamos a ver como la radio tradicional va empezando a mutar a adaptarse a las nuevas tecnologías y esto es muy bueno porque le da la oportunidad al oyente de poder consumir un producto el momento que</p>	<p>Se empieza a ver como la radio tradicional o convencional le da esa oportunidad al oyente de consumir un programa de radio el instante que así lo desee a través de las plataformas como Facebook Live, es novedoso y que llama la atención de un público al</p>

	<p>él quiere o desee vemos en las plataformas como el Facebook Live que los programas se transmiten en vivo pero que también puedes reproducir las ves que quieras y al igual que al participación en los medios tradicionales dejar tu aporte y esto en cierta maneras en una forma novedosa de llamar la atención y garantizar así un impacto en el tema de programa en si para que seas más difundió seas más solicitado .</p>	<p>que garantiza tener da posibilidad de escuchar y mirar su programa el momento que así lo desee.</p>
<p>6.- ¿Con la tecnología qué cambios se han dado en la radio?</p>	<p>Los cambios son rotundos adaptarse a lo que la audiencia necesita es siempre estar investigando tratando de estar buscando la manera de llegar sin caer en la copia en la reiteración, sino más bien tratando de captar un público como que fuese el primer día que sales entonces es muy importante .</p> <p>La tecnología ha implementado cambios en</p>	<p>La tecnología ha ayudado en la forma y en el consumo de un medio de comunicación es decir que puedes consumir tal programa de radio desde cualquier plataforma virtual esto ha conseguido captar más oyentes en todo el mundo.</p>

	<p>la forma de hacer radio y en la forma de consumir radio entonces hay que pensar no solo en la gente que te escucha en ese momento si no en la gente que a lo mejor luego si cuelgas el programa en las distintas plataformas captar esa sintonía la sintonía aunque no estés haciendo el programa en directo luego lo consuman porque el programa queda como una especie de grabación que antes era impensable pero que hoy en día pues también garantiza el consumo de un producto y obviamente tú sabes cómo funciona la radio que si tienes un sponsor de ese programa mientras más difundido sea pues garantiza que el producto tenga mejor acogida y estos se aplica en todo entonces es un cambio bastante grandes que hay que saber aprovechar pero claro sabiendo manejar la tecnología .</p>	
--	--	--

<p>7.- ¿Qué perfil profesional se requiere para trabajar en una radio digital?</p>	<p>Tiene que saber manejarse con el tema tecnológico eso es indudable, hoy en día quien no maneja la tecnología prácticamente es un cavernícola tiene que estar empapado de cómo funciona el mundo y las herramientas tecnológicas sin lugar a dudas vivimos en un mundo globalizado así que hay que estar siempre preparándose informándose tratando de averiguar cómo funcionan las herramientas tecnológicas para poder aplicarlas en el medio de comunicación.</p>	<p>Es importante tener el suficiente conocimiento de cómo se deben usar las herramientas tecnológicas y de la misma manera saber aplicarlas en los medios de comunicación.</p>
---	--	--

Cuadro N.- 13 Análisis de Contenido

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

ENTREVISTA No. 4

Nombre del entrevistado: Xavier Macas



Profesión: Lcdo. Comunicación Social

Experiencia en Radio:

- Flacso Radio

Objetivo: Obtener información sobre la Radio Convencional a la Radio Digital

PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACION
1.- ¿La radio tradicional o convencional motiva la participación del público?	Entiéndase la radio tradicional aquella que trabaja y difunde sus contenidos mediante el espectro radioeléctrico en tal sentido en la radio tradicional si motiva la participación del público mediante los medios tradicionales cartas que se escriben ,mensajes ,correos electrónicos , llamadas telefónicas que se hacen cada vez menos y desde hace unos años debido a la penetración de	Aun se difunden contenidos y si hay participación del público ya sea a través de plataformas como Facebook ,Twitter ,Instagram que resultan motivantes entre los usuarios y ayudan al desarrollo de coberturas periodísticas .

	<p>dispositivos móviles se han incorporado mensajes de audio ,mensajes de texto mediante plataformas wasap y mensajes de textos tradicionales a través de teléfonos celulares convencionales visitas personales a los estudios.</p> <p>También son las formas de interacción o participación del público por lo tanto si se motiva la participación resulta más pequeña aquí hago énfasis que algunas redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube provocan una retroalimentación entre los usuarios hacia los medios convirtiéndose los usuarios en fuente de referencia para que los medios desarrollen coberturas periodísticas.</p>	
<p>2.- ¿Cuáles han sido los cambios de la radio convencional a la radio digital?</p>	<p>Básicamente la radio convencional y la digital son las mismas porque entendiéndose que la radio digital solamente difiere</p>	<p>El comunicador Macas hace énfasis que la radio convencional y digital son las mismas únicamente difieren por protocolos de</p>

	<p>del protocolos de transmisión por darte un ejemplo básicamente los automóviles nuevos de alta gama dispone receptores DBA digital audio Brouth Cast por ejemplo Noruega en este 2017 apago la FM analógica y coloco sistema de transición digital de hecho Suecia está plantando hacer transmisiones a través de formato BDA PLUS utiliza el sistema codificación AAC PLUS en este sentido son sistemas de codificación o de compresión de audios muy elevados permitiendo un sonido de alta definición sistemas de compresión de algoritmos matemáticos que permiten un alto desempeño y tener un apreciación del audio debo hacer énfasis que la radio digital ya es una realidad en países de alto poder adquisitivo como Noruega; la radio de sistema FM analógica fue</p>	<p>transmisión. Por hacer un ejemplo Noruega el año pasado hiciera el apagón de la FM ya que este país tiene un nivel accesible como pocos países a la tecnología de última generación dándose así una mejor compresión del audio.</p> <p>No obstante organismos internacionales pidieron no desechar del todo la tecnología ya en desuso.</p>
--	---	--

	<p>apagada y solamente se preservan ciertos transmisores de FM analógico a la radio pública por protocolos de seguridad algunos organismos internacionales de comunicación sugerían que no se desechen todos los transmisores FM analógicos en caso de catástrofes en que no tengas acceso a receptores modernos una de las limitación de los radios de sistema de transmisión de audio digital o radio digital que justamente los receptores son muy costoso su masificación se vuelve más lenta más dificultosa.</p>	
<p>3.- ¿En la radio digital, la participación del público es mayor o menor?</p>	<p>Las personas pueden escuchar la canción que está sonando el locutor que esta al aire el número de la estación, averiguar más información sobre la radio, el pronóstico del tiempo; estas son las ventajas de las personas</p>	<p>Es mayor porque la gente ya puede tener ventajas como mirar escuchar solicitar y formar parte importante de la radio digital.</p>

	que tiene ya la radio digital.	
4.- ¿La programación de la radio (convencional o digital), invita a que el público reaccione y de sus aportes?	La radio generalista y radio de fórmula que son los que están inundando nuestros sistemas de transmisión analógica suelen tener ciertas formulas, espacios de interactividad de línea telefónica o lectura de mensajes o escucha de mensajes a través de plataformas como wasap por ejemplo y esta interacción resulta atada a los deseos o iniciativa de quien esté a cargo de la producción o de un programa.	Con toda seguridad estos espacios de interactividad en la programación crean reacciones que están atadas a las cosas que los usuarios desean escuchar y de esa manera estar complacidos al instante de escuchar una radio ya sea digital o convencional.
5.- ¿En los sistemas de transmisión digital, están disponibles los programas solo el momento en que se ejecutan?	Yo no manejo una radio convencional o de espacio radioeléctrico nuestra plataforma web tiene disposición podcast video no es una radio digital tampoco.	El comunicador no ha tenido la oportunidad de trabajar para una radio tradicional o convencional.
6.- ¿Con la tecnología qué cambios se han dado en la radio?	La radio es el fruto de la evolución tecnológica el primer periódico del cual	Han sido favorables los cambios con la evolución tecnológica por ejemplo el

	<p>se tiene indicios fue allá en 1.600 en el siglo XV y este proceso de impresión sobre el papel se prolongó al siglo 19 con la inducción del telégrafo el periódico sufrió una aceleración en su transmisión de información la recepción de información y luego la transcripción o redacción.</p> <p>Las guerras ayudaron en este proceso de lo estándares como la famosa pirámide invertida y con la llega de las trasmisiones atraves del espectro radio eléctrico de la mano de Gugliermo Marconi la radio no contaba por ejemplo con fuentes propias de información y dependía de la información que se publicaba en los periódicos , a alguien se le ocurrió leer los periódicos y de esa forma se transmitían las noticias escritas y luego han habido algunas evoluciones respecto de</p>	<p>periódico fue el primero sufrir esta transición ya que se dio una aceleración transmisión y recepción de información.</p>
--	---	--

	los formatos radiofónicos y la radio nace como esta prolongación como un medio de difusión .	
7.- ¿Qué perfil profesional se requiere para trabajar en una radio digital?	Básicamente se cuenta con el mismo equipo humano, salvo para los temas de ingeniería se requieren perfiles mucho más avanzados que deben manejar ya no transmisores analógicos con solamente inductores capacitancias y resistencias sino que también deben de trabajar con microprocesadores porque dentro del transmisor se encuentran unidades de microprocesadores avanzados que permiten esta codificación estos estándares de protocolos de emisión de radio digital básicamente podríamos tener el mismo perfil de la gente va a estar a cargo .	Aquí señala el profesional que no es necesario que tenga mucha experiencia en el tema digital en cuanto a la radio si no que se cuenta con el mismo equipo humano a no ser necesario en temas de ingeniería

Cuadro N.- 14 Análisis de Contenido

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

ENTREVISTA No. 5

Nombre del entrevistado: Diego Marcelo Núñez



Profesión: Ing. Civil

Experiencia en radio:

- Radio Ambato
- Radio Líder
- Radio Canela 106.5
- Stereo Fiesta 94.5
- Radio Alegría 98.5
- Radio Caracol 91.3
- Radio Amor 96.9

Objetivo: Obtener información sobre la Radio Convencional a la Radio Digital

PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACION
1.- ¿La radio tradicional o convencional motiva la participación del público?	Si creo que en radio convencional hay participación, pero gracias a la tecnología ha ido evolucionando y ha hecho que la gente participe de mejor manera y haya mayor interacción es lo que hoy sin duda	La participación es aceptable en la radio convencional, pero gracias a la tecnología es mucho mayor, actualmente la programación es la que goza de los beneficios que son difundidos al aire.

	benefician las programaciones que hoy se transmiten.	
2.- ¿Cuáles han sido los cambios de la radio convencional a la radio digital?	La tecnología ha tiene mucho aporte como te decía anteriormente las redes sociales hace que genere ha hecho que al radio tome una interacción genial con la gente que hoy por hoy lo que ha hecho es ayudarnos con ideas con propuestas para poder hacerlas formato de programa y ponerlas de regreso a la gente para que se sienta identificada con lo que estamos haciendo.	Dar una identidad en cuanto a gustos de programación es lo que la tecnología ha ayudado a los usuarios a tener el gusto por un programa en específico.
3.- ¿En la radio digital, la participación del público es mayor o menor?	Súper mayor porque la interacción que se genera es muy grande y eso nos ayuda inclusive a mejorar los tipos de programas, siendo una radio comercial.	Con la llegada de la radio digital su participación es súper mayor lo que se genera una interacción increíble.
4.- ¿La programación de la radio (convencional o digital), invita a que el público	Si, en la manera de hacer programas que tenemos nosotros se genera una interacción muy grande	Nuestra programación se basa en lo que a la gente le gusta a lo cotidiano a lo real porque nos debemos a

<p>reaccione y de sus aportes?</p>	<p>con la gente, entonces cualquier cosa que nosotros emitamos si el público no está de acuerdo pues está en la libertad de darnos su percepción y de hecho así ha pasado en nuestras programaciones de hacernos críticas y de colaborar con su opinión.</p>	<p>un público para recibir críticas que colaboran con lo que se hace.</p>
<p>5.- ¿En los sistemas de transmisión digital, están disponibles los programas solo el momento en que se ejecutan?</p>	<p>En el momento que el oyente disponga nos sintoniza y se divierte y se queda conforme con nuestro trabajo pues ese es un deber cumplido para nosotros.</p>	<p>Están disponibles cuando el oyente lo desee y si siente satisfacción ante lo que escucha es trabajo cumplido para el medio en que trabaja el locutor.</p>
<p>6.- ¿Con la tecnología qué cambios se han dado en la radio?</p>	<p>El estar más en contacto con la gente de la mano de la tecnología ayudado muchísimo a que sean parte inclusive de los programas porque en Radio Caracol y Radio Alegría todo se hace en base al gusto de la gente obviamente con los lineamientos de formatos y todo lo que se viene</p>	<p>La cercanía con la gente es lo que nos va dejando todos los días la tecnología que nos ayuda muchísimo porque nos ayuda a definir y seguir lineamientos y los formatos que proponemos.</p>

	aprendiendo en el camino.	
7.- ¿Qué perfil profesional se requiere para trabajar en una radio digital?	Hoy por hoy en mi caso no tengo el título de Comunicador yo soy Ing. civil de profesión, pero tengo el certificado de competencias que emite por el SECAP hoy las leyes está favoreciendo a los comunicadores cosa que antes no se hacían y creo que va o coadyuva inclusive a la formación de quienes no hemos tenido esa carrera tan bonita es un valioso aporte.	Es muy valioso que la gente que trabaje en radio tenga una certificación que avale su profesionalismo.

Cuadro N.- 15 Análisis de Contenido

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

ENTREVISTA No. 6

Nombre del entrevistado: Alejandro Martínez Moya



Profesión: Mg. Comunicación Social

Experiencia en radio:

- Radio Calidad
- Radio Hola 92.5
- Radio Ritmo 94.9
- Fm 88 Radio Activa
- Súper 94.9

Objetivo: Obtener información sobre la Radio Convencional a la Radio Digital

PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACION
1.- ¿La radio tradicional o convencional motiva la participación del público?	Claro que si me atrevería a decir antes y ahora de distintas maneras claro que motiva la participación si hablamos de programas informativos tú sabes que constantemente las personas siempre hay Feed Back te puede dar la satisfacción en los datos	Siempre habido ese acercamiento de distintas maneras que ha hecho que nuestros radio escuchas se involucren e incluso hemos sido quienes hemos dado soluciones a distintas situaciones cotidianas de la gente.

	<p>oficiales los medios de comunicación abrimos espacio para emprendedores deportistas o personas comunes o corrientes como tú o como yo que este proponiendo alguna actividad y se da de algún modo la partición del público ;podemos hablar de las llamadas ,los informativos radiales donde la gente participa haciendo preguntas a los entrevistados donde nos dan sus denuncias ,muchas veces ya yéndonos más allá de lo que es hacer comunicación incluso muchas veces nos piden solución donde nosotros somos mediadores tenemos programas de entretenimiento de concursos a través de promociones etc. ,de la música que identifica todos los géneros musicales y si el hecho que llamen a solicitar música de diferentes géneros musicales ya es</p>	
--	---	--

	participación entiendo yo.	
2.- ¿Cuáles han sido los cambios de la radio convencional a la radio digital?	<p>Los cambios, creo que ha sido en el audio, por ejemplo en termino de facilidad antes era muy necesario para escuchar radio tener un aparato receptor ahora basta comprar un teléfono para escuchar casi cualquier radio donde yo quiera digo casi porque no hay radios en Ambato que todavía no transmiten online pero yo creo que esos son los cambios más importante veo que en las radios en Quito que están abriendo o buscando maneras de explotar el internet considerando que es algo muy multimedia yo te puedo hablar de radio Platinum Fm que obviamente hace mucho tiempo escucho los noticiero la mañana y en la tarde, hace poco esta estación radial transmiten on-line un video es una toma física una cámara</p>	<p>Los cambios están a la hora del día y uno de esos cambios es el audio, con anterioridad se necesitaba un aparato reproductor y ahora solo con un teléfono inteligente es suficiente y determinante que en muchos de los programas que se reproducen puedes ver a los comunicadores a través de un video o un chat en vivo.</p>

	<p>ubicada en frente del lugar donde se realizan las entrevistas permite ver captar las reacciones tanto de los entrevistados o del entrevistador .</p>	
<p>3.- ¿En la radio digital, la participación del público es mayor o menor?</p>	<p>Depende igual porque el hecho de contar con un chat de una página web no quiere decir que tenga más participación depende mucho que tratamiento le den porque claro para que una radio este transmitiendo con line tendría por lo menos que contar con su propia consola web pero también hay las otras que hacen concursos crean espacios de opinión preguntas paginas Podcast dan muchas facilidades y chats para que la gente opine si no que tratan de interactuar y la participación de la gente lamentablemente esto se ha visto más en radios a nivel nacional e internacional y más en canales de radio.</p>	<p>En muchas ocasiones no es necesario contar con una página web o un chat depende mucho el cuidado que se dé cuando se ente transmitiendo un programa al aire, la participación también se da cuando pones a la gente a que responda preguntas e interactúe con nosotros.</p>

<p>4.- ¿La programación de la radio (convencional o digital), invita a que el público reaccione y de sus aportes?</p>	<p>Claro dependiendo de la programación de cada radio podríamos decir que sí o no, por darte un ejemplo hay radios que se dedican a poner solo música esta radio únicamente tiene la participación de que la gente llama a pedir una canción como te decía, radios que tiene programas informativos, programas de entretenimiento, programas deportivos entonces yo creo que ahí si una radio abre nuevos espacios a su público y otras menos.</p>	<p>En términos generales el comunicador da por sentado que de que si se da participación y que depende mucho de cómo maneje la programación porque hay radios que solo ponen música otras solo temas informativos de sucesos de la comunidad y deportivos ya todo depende de los espacios que brinde la radio.</p>
<p>5.- ¿En los sistemas de transmisión digital, están disponibles los programas solo el momento en que se ejecutan?</p>	<p>Los sistemas de transmisión dependiendo el enfoque que le des, creo más bien está en disposición del medio de comunicación el personal, el talento humano trabaje ahí está a disposición del público.</p>	<p>Depende el enfoque que le dé el medio de comunicación al sistema de transmisión.</p>
<p>6.- ¿Con la tecnología qué cambios se han dado</p>	<p>Con la tecnología podríamos hablar de la</p>	<p>Un cambio notorio es la fluidez y nitidez del</p>

<p>en la radio?</p>	<p>mejora del el sonido cada vez hay más nitidez en el sonido en otros países por ejemplo la radio AM es mejor que la FM es una AM digital que suena mejor tiene más cobertura ,acá no llega este tema pero si comparamos como suena una de las estaciones favoritas o como ha mejorado muchísimo ,hablamos de los formatos de compresión ,antes un CD un formato que suena bien entraban de 10 a 15 canciones por ejemplo en Wap ahora con MP3 se revoluciona mucho en tema del espacio y cuando no hay mucha compresión es muy bueno automatizar la radio.</p>	<p>sonido.</p>
<p>7.- ¿Qué perfil profesional se requiere para trabajar en una radio digital?</p>	<p>No cuales son si no quienes deberían ser por ejemplo, en Radio Platinum cuenta con un Community Manager cuenta con un Ing. en Sistemas Master Desinger para que maneje estos</p>	<p>Es indispensable que las personas que vayan a trabajar en la radio digital tengan la experiencia suficiente como un Community Manager o un Ingeniero en sistemas ya que hay poca</p>

	<p>términos , sin embargo yo creo que a nivel local lo más lejos que pueden llegar es con alguien que tenga alguna experiencia o cursos en Community Manager o Redes Sociales ,en manejos de diseño web, páginas web sin dejar de lado los contenidos que debería manejar un Comunicador Social o alguien titulado avalado que le permita trabajar como tal me refiero a los productores que también deben de trabajar en una estación radial</p>	<p>experiencia en la parte local a lo mucho se podría contar con un Community Manager en redes sociales en definitiva alguien que tenga una certificación y de preferencia a los productores.</p>
--	---	---

Cuadro N.- 16 Análisis de Contenido

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

ENTREVISTA No.7

Nombre del entrevistado: Renato López Chiriboga



Profesión: Ing. Sistemas

Experiencia en radio:

- Radio Hola 92.5
- Stereo Fiesta 94.5
- Radio Latina
- Radio Carolina

Objetivo: Obtener información sobre la Radio Convencional a la Radio Digital

PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACION
1- ¿La radio tradicional o convencional motiva la participación del público?	Si motivaba porque era más participativa creo que era un medio que conglomeraba a los escuchas para poder transmitir sus mensajes cosa que hoy no pasa por el hecho de la tecnología ,las redes sociales la misma forma de comunicación que existe ahora evita de que sea un centro de atención como	Según López había más participación, pero con la llegada de las redes sociales y las diferentes plataformas de comunicación esto ha ido en declive.

	<p>era antes entonces, cuando tu querías enviar un mensajes y es chistoso porque hasta el día de hoy ,tu escuchas eso de enviar un mensajes teniendo wasap ,teniendo una red social, el mismo celular poder llamar y hacerlo pero todavía se está fusionando eso pero si era un centro muy específico de comunicación era un canal definido de comunicación entre oyentes.</p>	
<p>2.- ¿Cuáles han sido los cambios de la radio convencional a la radio digital?</p>	<p>Es netamente en la parte tecnología mientras no haya un verdadero equipo productivo me refiero a una producción de programas en serio como un departamento de producción, posproducción con un control de calidad creo no podríamos hablar de una transición real en la parte de contenidos pero si en lo tecnológico, porque ahora las distancias se acortan ahora puedes hacer lo que</p>	<p>Se ha dado una transición real con los contenidos tecnológicos ya que las distancias se acortan haciendo que una transmisión en vivo se dé desde cualquier parte del mundo.</p>

	no podrías realizar una transmisor desde cualquier parte del mundo con una calidad óptima.	
3.- ¿En la radio digital, la participación del público es mayor o menor?	La facilidad de poderse escucharse en cualquier parte del mundo creo que es un ahorro significativo porque antes tenías que tener repetidoras para poder llegar a otra ciudad, provincia y ahora mediante la tecnología y un buen soporte digital pueden escuchar en cualquier parte del mundo y eso es un punto a favor	Es mayor porque ahora puedes escuchar la radio indistintamente del lugar del mundo en donde te encuentres.
4.- ¿La programación de la radio (convencional o digital), invita a que el público reaccione y de sus aportes?	Si, esta comunicación 2.0 hace de que si haya un feed back real esto te lleva a un formato diferente donde se hace muy participativa la voz del oyente, en donde puedes tener datos estadísticos súper interesantes de manera inmediata.	La comunicación 2.0 te lleva a formatos distintos y hace que sea muy participativa esa interacción con el público y las respuestas son inmediatas a un solo clic.
5.- ¿En los sistemas de	No, ventajosamente ahora	Gracias al Streaming ha

<p>transmisión digital, están disponibles los programas solo el momento en que se ejecutan?</p>	<p>tiene un sistema de streaming eso te facilita escuchar un podcast o el mismo streaming de la grabación de tu programa en cualquier parte del mundo a cualquier hora esa es una de las ventajas buenísimas porque te sirve como evidencia y aparte de eso también está reproduciendo la cantidad de oyentes reales que tienes.</p>	<p>facilitado el poder escuchar un programa en cualquier parte del mundo y hora, eso sirve como una evidencia que incluso determina la cantidad de oyentes que tiene la radio de manera inmediata.</p>
<p>6.- ¿Con la tecnología qué cambios se han dado en la radio?</p>	<p>Bueno netamente la parte tecnológica hizo que la radio evolucione muchísimo con la facilidad a accesos a música, a transmisión, a información específicamente gracias al internet que es uno de los mejores inventos que existe en el planeta y esto ha dado paso a que la información este a la mano en minutos, segundos, instantes que esté pasando en cualquier parte del mundo. -La depuración del sonido en</p>	<p>La parte tecnológica ha hecho que evolucione la radio por ejemplo en tener mayor acceso a música a transmisión a la recolección de información y sobre todo a la depuración del sonido en la transición digital.</p>

	la transición digital.	
7.- ¿Qué perfil profesional se requiere para trabajar en una radio digital?	En radio digital yo creo que la gente está un poco más definida y si es profesional y me refiero profesional al hecho de que tiene algún tiempo manejando la comunicación la información y obviamente un porcentaje dentro de ellos tiene su preparación ya formalmente académica, pero creo que estamos en un 60 % en la parte digital.	La gente es más profesional y está más definida en cuanto al tema de comunicación y a la formación académica y se deduce que ya estamos en un 60% digitalizado.

Cuadro N.- 17 Análisis de Contenido

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

ENTREVISTA No. 8

Nombre del entrevistado: Luis Gamboa Orozco



Profesión: DR.Mg. Comunicación Social

Experiencia en radio:

- Radio Centro y Bonita
- Oro Medios

Objetivo: Obtener información sobre la Radio Convencional a la Radio Digital

PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACION
1.- ¿La radio tradicional o convencional motiva la participación del público?	Si porque existe la posibilidad de que puedan incluso dejar sugerencias o comentarios porque las páginas están diseñadas para que haya ese intercambio, además como se puede subir incluso videos o entrevistas y pueden comentar acerca del tópico enfocado, es decir de que no solamente como ahora se utiliza una llamada telefónica para interactuar a través de las	Si aún está vigente la opinión y participación en la radio convencional el público que desee ser parte del medio como tal incluye dando ese aporte incluso por medio de las famosas redes sociales.

	<p>redes sociales, podemos ampliar mucho más esta interacción con los interlocutores.</p>	
<p>2.- ¿Cuáles han sido los cambios de la radio convencional a la radio digital?</p>	<p>Principalmente está en el alcance, lo fundamental que tiene un medio de comunicación comparado al otro medio de comunicación y lo otro fundamental que también considero un aspecto diferenciador del uno y del otro es que es más directo las radios, las ciber-radio o la radio digitales es más directa porque presentan programas que van empatándose y sincronizándose según a las necesidades de los públicos enfocados</p>	<p>Es determinante, la cobertura y su alcance lo que hace diferencia entre una radio digital a la radio convencional, dándose ese efecto de cubrir las necesidades de los públicos de hoy en día.</p>
<p>3.- ¿En la radio digital, la participación del público es mayor o menor?</p>	<p>Los medios de comunicación tienen una mayor respuesta en cuanto a las inquietudes que se van presentando a través de este canal de comunicación debido a que hay una instantaneidad lo que</p>	<p>Desde luego un medio digital tiene una mayor respuesta por parte del público ya que es más fácil y rápido su acceso y forma parte de la cotidianidad de mucha gente que trabaja en compañía de una radio por internet</p>

	<p>demanda en que los medios digitales sean más de compañía eso ha determinado que escuchen en las oficinas y en un determinado momento no exista la respuesta inmediata, pero si en el transcurso del día, si hay un feed back en los medios de comunicación,</p>	
<p>4.- ¿La programación de la radio (convencional o digital), invita a que el público reaccione y de sus aportes?</p>	<p>Si porque los contenidos que se está transmitiendo en la ciber-radio determinan de que haya en principio un acompañamiento porque en las oficinas a través del internet las personas que trabajan escuchan radio que les da compañía y es lo que hace que se esté perdiendo el sentido de la radio en AM y FM porque ya no son una compañía en cambio las ciberradios se están transformando en esa compañía que necesita el interlocutor.</p>	<p>Lo primordial es el acompañamiento que ejerce la radio con el individuo ya que si se hace un buen programa y hay contenido la gente le dará un espacio dentro de sus actividades mientras escuchan la radio.</p>
<p>5.- ¿En los sistemas de transmisión digital,</p>	<p>Esta facilidad es una limitante en cuanto a las</p>	<p>La disponibilidad se da las 24 horas del día ya que</p>

<p>están disponibles los programas solo el momento en que se ejecutan?</p>	<p>ciberradios es la situación del internet, pero las radios están trabajando las 24 horas es decir que está al alcance del público receptor en el momento en que desea escuchar entonces está ahí la radio como compañía</p>	<p>siempre puede estar al alcance y el momento que deseen el usuario</p>
<p>6.- ¿Con la tecnología qué cambios se han dado en la radio?</p>	<p>Hoy nos permite a través de la radio, en tiempo simultaneo también es lo que significa instantaneidad es lo que ha permitido hoy ellos cambios digitales.</p>	<p>El tiempo real permite que sean notorios esos cambios que ayudan a diferenciar lo que se da en la radio convencional y hoy con la radio digital.</p>
<p>7.- ¿Qué perfil profesional se requiere para trabajar en una radio digital?</p>	<p>No le encuentro una diferencia ya que un medio de comunicación debe de ser profesional, debe de manejar los textos, tiene que manejar los mensajes, tiene que manejar las ideas, ósea como comunicamos el arte es saber comunicar, el arte está en que tenemos que ser entendidos a través de una palabra y esta palabra debe de ser decodificada con la misma intención de</p>	<p>Independientemente que el medio sea convencional o digital su personal debe ser profesional, debe de manejar ideas, conceptos mensaje y tener un buen criterio que es lo que realmente el receptor necesita.</p>

	lo que emite el emisor.	
--	-------------------------	--

Cuadro N.- 18 Análisis de Contenido

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

ANÁLISIS CUALITATIVO DE LAS ENTREVISTAS

Se aplica este análisis por considerar la experiencia de profesionales de gran trascendencia y con conocimiento de causa del fenómeno que se investiga y cuya apreciación es determinante para arribar a las conclusiones del trabajo de investigación, cuyos objetivos específicos son:

- Indagar qué limitaciones tiene la Radio Caracol FM 91.3 al estar funcionando, en un gran porcentaje, como radio convencional.
- Verificar el posicionamiento virtual de Radio Caracol
- Analizar que estrategias se requieren para migrar a un sistema de radio digital.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

PREGUNTA No. 1

¿La radio tradicional o convencional motiva la participación del público?

El 100 % de los ocho expertos está de acuerdo en que la radio convencional sí motiva la participación del público, pero comprueban una alarmante disminución en su participación. Existió una época en que los mensajes entre ciudadanos se los daba en la radio. Se va sintiendo además pérdida de competitividad, disminución de audiencia, afectación económica por baja de ingresos, riesgo de desaparecer sino se innova.

PREGUNTA No. 2

¿Cuáles han sido los cambios de la radio convencional a la radio digital?

Los conocedores del tema que han sido consultados coinciden en que con la radio digital existen una alta definición del sonido. Por el avance tecnológico y a través del internet se puede escuchar la radio en todo el mundo, teniendo infinidad de

posibilidades de que casi al instante has seleccionado radios de los cinco continentes, puedes seleccionar los programas que desees y grabar para escucharlos de acuerdo a tu agenda.

El público interactúa, incluso ayuda con ideas y propuestas para poder hacerlas formato de programa y ponerlo de regreso a la gente para que se sienta identificada. Hoy se está ubicando una cámara de video frente al locutor y el público que se conecta por red puede participar y observar las reacciones de comunicador.

Mutar, transmedializarse es adaptarse al nuevo modelo de hacer radio; eliges los programas a la carta y con tu aporte generas el programa e incluso puedes dejar huella tienes mayor protagonismo que en la radio convencional.

Es un desafío migrar de la radio tradicional a la digital, sobre todo por los costos del transmisor, por eso el apagón analógico se vuelve lento.

PREGUNTA No. 3

¿En la radio digital, la participación del público es mayor o menor?

Coinciden en contestar que es súper mayor la participación porque la interacción que se genera con la gente es muy grande incluso ayudan a mejorar los tipos de programas. Cómo radio comercial ganamos mucho.

La interacción también se da porque el público mira al locutor, accede a la canción que está sonando, averigua en ese instante sobre la radio, pronóstico del tiempo; ventajas que le da la radio digital. Afirman, además los expertos, que deja huella la participación del público en radio digital porque dan like, comentan o comparten la publicación, al hacerlo forman parte de un registro y el grado de aceptación de la programación.

Un 12.50 % de los entrevistados opina que la radio tradicional también está usando el Wasap para con este apoyo digital hacer que participe el oyente en la radio. Pero se manifiesta que la llamada telefónica del oyente generaba más cercanía y que incluso

no se sabe a ciencia cierta si el locutor está diciendo la verdad o se la inventa que tienen muchos msms.

También hay participación en las emisoras o canales de radio que transmiten en line y que para esto deben contar con su página web y otras aumentan la participación al hacer concursos y crear espacios de opinión. Un 25 % % opina que se está viviendo un momento de transición donde la radio tradicional todavía supera la participación del público a la radio digital y que las respuestas a las inquietudes en este medio tradicional son instantáneas.

PREGUNTA No. 4

¿La programación de la radio (convencional o digital), invita a que el público reaccione y de sus aportes?

Es muy interesante la respuesta a esta interrogante: La opinión de experto manifiesta que las radios tienen como finalidad el acompañamiento para a través de su programación hacer que el público reaccione y dé sus aportes; y, en las oficinas, en especial, las personas trabajan escuchando radio y es lo que se está perdiendo con la radio AM y FM cuyo espacio está tomando la ciber radio, sobre todo en un grupo de público de 18 años a 35 años la atracción está aumentando por lo digital.

Una opinión generalizada es que la participación depende del formato del programa y del locutor que sepa motivar para que el oyente reaccione ya sea en formato convencional o digital. Por otro lado, la 2.0 hace que si haya un feed back real que lleva a un formato diferente por la participación que genera datos estadísticos interesante e inmediatos de la actividad radio oyente.

PREGUNTA No. 5

¿En los sistemas de transmisión digital, están disponibles los programas solo el momento en que se ejecutan?

Responden que esta es una ventaja que no se la tenía radio convencional. Ahora con el sistema stremimg se graba en cualquier parte del mundo y a cualquier hora, te

sirve como evidencia y aumentas los oyentes a través de las reproducciones. Esta es una razón para constatar como la radio tradicional está mutando a las nuevas tecnologías y el oyente consume el producto el momento que él quiere como se ve en las plataformas ejemplo Facebook Live en donde los programas se transmiten en vivo y puedes reproducir las veces que quieras; así la tecnología viene a ser un gran aporte para la radio, es un despertar al alcance de nuevos diseños de programaciones con la 2.0 se pasa a la interactividad.

PREGUNTA No. 6

¿Con la tecnología qué cambios se han dado en la radio?

La tecnología ha hecho que la radio evolucione muchísimo, la facilidad de acceder a la música, a información específica de lo que pasa en el mundo en ese instante a través del mejor invento como es la internet; la depuración del sonido en la transmisión digital y que ya comenzó en Quito con las pruebas del digital broadcast. En cabina el mundo de la radio también cambio con la tecnología, al locutor le facilita el manejo del control master con los softwares que digitaliza la música y los programas que se han preparado en los formatos preestablecidos.

PREGUNTA No. 7

¿Qué perfil profesional se requiere para trabajar en una radio digital?

Coinciden en que primero debe tener la profesión de comunicador social, a parte como mejoramiento del perfil de salida del profesional, debe tener destrezas y habilidades en manejo de competencias tecnológicas relacionadas a herramientas para el funcionamiento de una radio digital. Otra información que coinciden es que el comunicador social debe manejar las redes sociales, saber diseñar una página web; leer constantemente sobre su profesión, actualizarse y cuidar sobre todos los manejos de contenidos y mensajes.

Hacia lo digital, es una herramienta poderosa que nos acerca el mundo a nuestra aldea, pero es imprescindible acrecentar el manejo de teorías y conceptos comunicacionales para tener lecturas sostenidas y objetivas de la realidad.

Verificación de la Hipótesis

HIPOTESIS

La Radio Caracol FM 91.3, radio convencional, debe iniciar un proceso de migración a la radio digital.

Se comprueba la hipótesis con los resultados obtenidos en la investigación de campo y las entrevistas a expertos en el tema.

Por lo tanto:

Radio Caracol FM 91.3 de la ciudad de Ambato, debe iniciar un proceso de migración a la radio digital.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Se desprende que Radio **Caracol FM 91.3** tiene una sintonía bastante aceptable en la ciudad de Ambato, pero que requiere estar de la mano con la tecnología para mantener la competitividad en el mercado.

- De 100 encuestados, el 15% escucha siempre la radio, 25% ocasionalmente. Un 33% manifiesta que es una radio tradicional.
- Al no tener un buen posicionamiento en redes la radio corre el riesgo de disminuir sus oyentes. Un 89% de los encuestados desconoce si la radio trabaja en plataformas virtuales.
- Los radioescuchas desconocen si Radio Caracol está trabajando con sistemas tecnológicos de última generación y la estrategia principal es tomar la decisión hacia lo tecnológico para mantenerse vigentes.
- Un 88% desconoce si la radio está trabajando con el Sistema Streaming y un 89% de los encuestados cree que se deben emplear estrategias para migrar a una radio digital.

RECOMENDACIONES

Se recomienda la capacitación al personal en el manejo de tecnología y redes sociales con paquetes aplicados a la radio que modifiquen las prácticas comunicativas.

- Un plan de negocios para digitalizar los equipos.
- Adquisición de un transmisor digital.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Título:

Diseño de un taller de capacitación sobre uso de plataformas tecnológicas para radio que permita trabajar con redes sociales y difusión de contenidos.

Institución colaboradora:

RADIO CARACOL FM 91.3

Beneficiarios:

Radio Caracol FM 91.3 y el representante
Ing. Wagner Romero

Ubicación:

Cantón: Ambato; parroquia La Matriz
Dirección: Juan Benigno y Lalama
Teléfono: 032 827392

Sostenimiento:

Inversión Privada

Responsable:

María Fernanda Chicaiza Guerrero,
Investigador y responsable del proyecto.

Tiempo:

octubre – marzo 2018

Costo:

USD 5000

ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Actualmente Radio Caracol FM 91.3 no cuenta con un Taller de Capacitación sobre el uso de Plataformas Tecnológicas para la radio que permitan trabajar con redes sociales y la difusión de los programas dirigido a todo el staff y responsables del medio de comunicación, de acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas a ciudadanos de la parroquia Celiano Monge y entrevistas a Comunicadores y Periodistas de algunas estaciones de radio se dedujo que necesita esa tranmedializacion inmediata como medio tradicional que ahora es, con el propósito de obtener una mayor captación de audiencia en cualquier punto del planeta.

Se concluyó que la radio necesita tener mayor alcance una interacción cercana con las audiencias, ya que hoy en día está en auge la migración de contenidos de ondas hertzianas a lo digital creando un panorama completamente nuevo para la radio de la mano de herramientas, formatos, contenidos multimedia (fotografía, video, texto) y por otra parte la falta de profesionalismo y poco conocimiento en temas digitales no les permite obtener ventajas frente al resto de medios para incorporarse al nuevo ecosistema sin perder ni descuidar la esencia de la radio.

JUSTIFICACIÓN

La necesidad de proponer un taller de capacitación sobre el uso de plataformas tecnológicas para radio que permita trabajar con redes sociales se origina fundamentalmente por la necesidad que tiene el usuario de disfrutar de una radio digital ya que uno de los desafíos de la industria de la radio es lograr que su programación satisfaga las necesidades tanto auditivas visuales y de mucha interacción.

Los resultados obtenidos en la investigación, revelan tanto en entrevistas y encuestas que se abre la posibilidad de diseñar un taller que ayude a la actualización de conocimientos de los profesionales, mejorando los contenidos que es el pretexto clave en dicho proceso de comunicación aquí las audiencias son llamadas a

adueñarse de cada uno de los programas su importancia radica en las nuevas posibilidades de la radio a expandir su alcance sobrepasando las ondas hertzianas in importar el lugar en donde estén sintonizando la radio

Algo importante que rescatar sobre el análisis de la entrevista realizada a Cecilia Gomes periodista en Onda Jaén (España) hace énfasis en que un verdadero comunicador social debe exigirse continuamente y capacitarse sobre las diferentes opciones que tiene la comunicación del futuro y aprovechando de mejor manera la tecnología

Mediante esta investigación es favorable que Radio Caracol FM 91.3 por medio de esta investigación que obtuvo perspectivas, experiencias y opiniones de personas inmersas en el tema de la radio digital, concuerdan que el exponer sus contenidos en la plataforma da una mayor relevancia y mayor aceptación, captada por las audiencias nuevas que tiene otras necesidades y que a la vez invita a disfrutar de los contenidos innovadores que en ella se puedan originar.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Diseñar de un taller de capacitación sobre uso de plataformas tecnológicas para radio que permita trabajar con redes sociales. y la difusión de contenidos.

Objetivos específicos

- Elaborar las temáticas que se desarrollaran en el taller de capacitación sobre el uso de plataformas tecnológicas para radio que permita trabajar con redes sociales dirigidas a todo el personal Radio Caracol FM 91.3, presupuesto y factibilidad para su ejecución.
- Socializar el plan de capacitación y taller sobre uso de plataformas

tecnológicas para radio que permita trabajar con redes sociales al personal encargado de los diferentes espacios de Radio Caracol FM 91.3 para su aplicación.

- Proponer talleres interactivos sobre el plan de capacitación y el uso de plataformas tecnológicas para radio que permita trabajar con redes sociales.
- Evaluar y certificar los conocimientos adquiridos en el proceso de capacitación.

Análisis de factibilidad

Es necesario identificar si es viable la ejecución de la propuesta presentada por lo que se debe analizar los siguientes aspectos para su comprobación

Factibilidad Legal

La presente investigación se encuentra sustentada legal y jurídicamente en la **Ley Orgánica de Comunicación**, en los artículos y los reglamentos que se refieren al proyecto de estudio.

Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

Art. 3.- Medios de Internet. Son también medios de comunicación aquellos que operan sobre la plataforma de Internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuya contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación establece para los medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de dicha Ley

Art. 5.- Actividades conexas. En uso de sus respectivas plataformas tecnológicas, las empresas de comunicación de carácter nacional podrán desarrollar actividades

conexas a la actividad comunicacional, con sujeción y exhibición de productos audiovisuales.

1. las empresas de medios audiovisuales podrán realizar actividades de producción, posproducción, edición, distribución y exhibición de productos audiovisuales.
2. Las empresas de medios impresos podrían realizar actividades de edición, impresión y distribución de publicaciones u otros productos impresos.

Factibilidad Administrativa

Radio Caracol FM 91.3 de la Ciudad de Ambato al ser un medio de comunicación privado, para el proceso de capacitación se necesitará la autorización de los directivos para proceder con el plan de capacitación.

Factibilidad Tecnológica

Si existe la factibilidad tecnológica en Radio Caracol FM 91.3 de la ciudad de Ambato ya que cuenta con equipos de última generación y con una buena cobertura ,está dispuesta a abrir nuevos horizontes en las posibilidades de brindar una mejor manera de socializar las TIC´S con los usuarios satisfaciendo sus necesidades ya sea por vías de dialogo, chats, blogs, transmisión simultánea de los programas y desde luego utilizando todo tiempo de herramientas que generen el desarrollo de esta propuesta.

FACTIBILIDAD ECONÓMICA

RECURSO	DETALLE	CANTIDAD	TOTAL \$
Recursos Humanos	○ Investigadora	1	150
	○ Capacitador	1	2.500
Recursos Materiales	○ Hojas	150	3.00
	○ Computadora	1	00
Recursos Técnicos	○ Parlantes	2	00
	○ Micrófonos	2	00

○ Enfocus (Alquiler)	1	30
○ Bebidas (Aguas)	20	10
○ Imprevistos		100
Total		295,5

Cuadro N.- 19 Matriz de Factibilidad Económica

Fuente: Radio Caracol FM 91.3 (2018)

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

FUNDAMENTACIONES

Fundamentación Científica

Para Cortés (2013), “la radio digital es un producto de la llamada convergencia digital. Desde la década de 1990 nuevos dispositivos electrónicos de recepción y reproducción digital, que incluye ciertos teléfonos celulares, que se comunican entre sí, en los entornos de redes mediante sencillas interfaces; por esta razón ofrecen ventajas antes inexistentes.” (pág. 103)

Por otra parte, en el Artículo #5 de la Ley Orgánica de Comunicación menciona que los medios de comunicación social del Ecuador están libres de hacer uso de las distintas plataformas tecnológicas, implícitas para la actividad comunicacional que se sujetan a exhibición de contenidos audiovisuales, actividades de producción posproducción. edición, distribución y productos audiovisuales

Dicho en otras palabras, los medios de comunicación pueden aliarse al uso de la plataforma que elija para su desarrollo publicando y compartiendo todo tipo de información personal y profesional ampliando así los canales de comunicación.

Fundamentación Legal

La presente investigación se encuentra sustentada legal y jurídicamente en la **Ley Orgánica de Comunicación**, en los artículos y los reglamentos que se refieren al proyecto de estudio.

Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. - Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

Art. 2.- Contenidos en Internet. - Están excluidos del ámbito de regulación y control administrativos los contenidos que formulen los ciudadanos y las personas jurídicas en sus blogs, redes sociales y páginas web personales, corporativas o institucionales.

Art. 3.- Medios de Internet. - Son también medios de comunicación aquellos que operan sobre la plataforma de Internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuya contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación establece para los medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de dicha Ley.

Art. 4.- Actividad comunicacional. - Para efectos regulatorios, se entenderá por actividad comunicacional exclusivamente a aquellas actividades que realizan los medios de comunicación social definidos como tales en el artículo 5 de la Ley Orgánica de Comunicación.

Art. 5.- Actividades conexas. - En uso de sus respectivas plataformas tecnológicas, las empresas de comunicación de carácter nacional podrán desarrollar actividades conexas a la actividad comunicacional, con sujeción y exhibición de productos audiovisuales.

1. las empresas de medios audiovisuales podrán realizar actividades de producción, posproducción, edición, distribución y exhibición de productos audiovisuales.
2. Las empresas de medios impresos podrán realizar actividades de edición, impresión y distribución de publicación u otros productos impresos.

MODELO OPERATIVO

FASE	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE	TIEMPO
FASE I Socialización	Socializar a los directivos de Radio Caracol FM 91.3 el taller de capacitación sobre uso de plataformas tecnológicas para radio que permita trabajar con redes sociales.	Reunión con los directivos y personal encargado de la radio para dar a conocerlos resultados de la investigación Presentar la propuesta sobre el plan de capacitación y persuadir su aplicación.	Útiles de oficina, documentos Computadora (Laptop) Enfocus Pizarrón y marcadores Micrófono Humano	Investigadora Staff y profesionales del medio de comunicación	5 Días
FASE II Planificación	Planificar las actividades a desarrollarse en el plan de capacitación. Dotar de material de apoyo al taller al personal	Elaboración de un plan de actividades para los cinco días (horarios, temas) de capacitación, Contratación del	Útiles de oficina, documentos Computadora(Laptop) Enfocus	Investigadora Director Gerencial de la Programación	5 Días

FASE III
Proponer

Capacitador

Pizarrón y marcadores

Preparación del material para la capacitación. con una duración de 15 horas

Humano

Proponer las actividades de capacitación sobre el uso de plataformas tecnológicas

Conversatorio sobre las actividades que se desarrollaran durante la capacitación

Staff y profesionales del medio de comunicación

Computadora (Laptop)

Investigadora

Del 6 al 10 de Marzo
(2018)

Fortalecer criterios para la toma de decisiones relacionadas con las nuevas prácticas de comunicación

Enfocus

Parlantes

Micrófono

Discutir la interacción que tiene el oyente con el locutor y el uso de redes sociales.

Realizar foros de

FASE IV Evaluación		discusión que aporten a potencializar la difusión contenidos en las plataformas digitales			
	Evaluar el proceso de capacitación y viabilidad de desarrollo de los comunicadores	Una vez culminado el taller de capacitación se evaluará el nivel de los conocimientos adquiridos y criterios personales del staff de la radio.	Investigadora Capacitador Laptop Enfocus Parlantes	Investigadora Dirección y Producción General de la Radio	El 10 de marzo (2018)

Cuadro N.- 20 Modelo Operativo

Fuente: Taller de capacitación sobre uso de plataformas tecnológicas para radio que permita trabajar con redes sociales

Radio Caracol FM 91.3 (2018)

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Administración de la propuesta

Será gestionada por la investigadora María Fernanda Chicaiza Guerrero en coordinación con el Departamento de Producción y Periodístico de **Radio Caracol FM 91.3** de la ciudad de Ambato.

Previsión de la evaluación.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Quiénes solicitan evaluar?	La Investigadora: María Fernanda Chicaiza Guerrero
¿Por qué evaluar?	Es importantísimo hacer un seguimiento sobre los conocimientos y los objetivos que se han propuesto
¿Para qué evaluar?	Para comprobar si la propuesta obtuvo los resultados requeridos al diagnosticar los nuevos conocimientos de la población investigada.
¿Con qué criterios?	Los criterios de evaluación se realizan mediante la confiabilidad, coherencia practicidad y veracidad de la información transmitida.
¿Indicadores?	Cuantitativos y cualitativos.
¿Qué evaluar?	La difusión de contenidos, la participación en las plataformas y la interacción con el oyente.
¿Cuándo evaluar?	Concluido el proceso de la aplicación de la propuesta
¿Cómo evaluar?	Mediante un conversatorio general, después de cada socialización y Observación
¿Con qué evaluar?	Cuestionario

Cuadro N.- 21 Previsión de la Evaluación

Fuente: Radio Caracol FM 91.3 (2018)

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

Desarrollo de la capacitación

INTRODUCCIÓN

La capacitación se da a partir de varios factores que se pudo obtener a través de visualizar las encuestas y entrevistas aplicadas a profesionales de la comunicación los cuales se ven en la necesidad de cubrir las expectativas de las audiencias siempre buscan primero la interacción a través de las redes sociales como Twitter y Facebook, así lo afirma la hipótesis.

El siguiente trabajo se lo realizará bajo una guía de lineamientos que dará la importancia del tema sobre la influencia de las nuevas tecnologías en la comunicación y además la corrección de errores que se pudieron dar al recoger la información.

Este taller será facilitado por el Capacitador **José Rivera Costales**.

Extracto

Consultor y asesor de estrategias de comunicación digital para medios, empresas nacionales e internacionales desde su empresa de Comunicación y Marketing digital Tikinauta.

Docente y tallerista de pregrado y posgrado de varias universidades: Universidad Católica (Quito – Santo Domingo), Central del Ecuador, Universidad de las Américas, Universidad San Francisco de Quito, Universidad de Chimborazo, Universidad de los Andes, Universidad Politécnica Salesiana, Universidad Técnica Particular de Loja, Universidad Católica de Cuenca.

Candidato a Doctor por la Universidad de Santiago de Compostela (España), Maestría en Marketing por la Universidad Espíritu Santo de Guayaquil, Maestría de Comunicación en Ciencia y Tecnología, Diplomado en comunicación de Tecnología, Licenciado en Comunicación social por la Universidad Central del Ecuador.

Colabora en segmento de tecnología de TC televisión, colaboró con el segmento Televistazo en la tecnología para Ecuavisa, Jefe de contenidos digitales y multimedia de CIESPAL, Gerente multimedia en Multimedios 106, Director de noticias de TVS canal 13 en Riobamba, condujo varios programas de Ciencia y Tecnología en la Radio de la Universidad San Francisco 106.9 fm, colaboró con Diario Hoy en las secciones Economía y Actualidad, y ha publicado en revistas especializadas de tecnología como PCWorld, Canal Informático, Ekos economía y negocios, A bordo Tame (tecnología).

Representó al Ecuador en el Grupo de Trabajo de Contenidos digitales Interactivos del proyecto eLAC2015 de la CEPAL. Ha recibido capacitaciones internacionales en Alemania, Miami, Austin Texas.

Ha realizado coberturas de tecnología en Argentina, Colombia, Chile, Puerto Rico, Estados Unidos, Costa Rica, Perú.

Comunicador social apasionado por las nuevas tecnologías que navega entre los mundos virtuales y la realidad latinoamericana.

Áreas: Comunicación y periodismo digital, Nuevas Tecnologías, Redes sociales y Estrategias digitales, Radio y Televisión en línea.

Al finalizar la capacitación se entregará una certificación avalada por un Instituto de la Comunicación.

DIA 1

HORARIO	TEMÁTICA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
18h00 – 21h00	Redes Sociales <ul style="list-style-type: none">○ Comunicación e Interacción○ Competencias Tic	<ul style="list-style-type: none">○ Saludo y socialización de la capacitación○ Desarrollo del tema○ Definiciones generales○ Presentación de un video○ Conversatorio○ Cuestionamientos○ Para el horario nocturno se desarrollará actividades de la expuesta mediante una plataforma virtual creada por parte de los capacitadores	Capacitador José Rivera Costales (CIESPAL)

Cuadro N.- 22 Día 1

Fuente: Radio Caracol FM 91.3 (2018)

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

DIA 2

HORARIO	TEMÁTICA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
18h00 – 21h00	Internet <ul style="list-style-type: none">○ Wiki○ Web 2.0	<ul style="list-style-type: none">○ Saludo○ Desarrollo del tema○ Mesa redonda○ Cuestionamientos○ Para el horario nocturno se desarrollará actividades de la expuesta mediante una plataforma virtual creada por parte de los capacitadores	Capacitador José Rivera Costales (CIESPAL)

Cuadro N.- 23 Día 2

Fuente: Radio Caracol FM 91.3 (2018)

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

DIA 3

HORARIO	TEMÁTICA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
18h00 – 21h00	Tecnología web <ul style="list-style-type: none">○ Chats○ Correo Electrónico○ Motores de Búsqueda○ Navegadores Web○ Tecnología Push	<ul style="list-style-type: none">○ Saludo○ Desarrollo del tema○ Mesa redonda○ Cuestionamientos○ Para el horario nocturno se desarrollará actividades de la expuesta mediante una plataforma virtual creada por parte de los capacitadores	Capitador José Rivera Costales (CIESPAL)

Cuadro N.- 24 Día 3

Fuente: Radio Caracol FM 91.3 (2018)

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

DIA 4

HORARIO	TEMÁTICA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
18h00 – 21h00	Programas y su Uso <ul style="list-style-type: none">○ Radit 1.0○ Real audio○ Servidor web○ Software○ Streaming	<ul style="list-style-type: none">○ Saludo○ Desarrollo del tema○ Mesa redonda○ Cuestionamientos○ Para el horario nocturno se desarrollará actividades de la expuesta mediante una plataforma virtual creada por parte de los capacitadores	Capacitador José Rivera Costales (CIESPAL)

Cuadro N.- 25 Día 4

Fuente: Radio Caracol FM 91.3 (2018)

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

DIA 5

HORARIO	TEMÁTICA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
18h00 – 21h00	<p>Presentación de ejercicios prácticos</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Talleres ○ Evaluación 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Saludo ○ Desarrollo del tema ○ Conversatorio ○ Cuestionamientos. ○ Retroalimentación de los temas expuestos ○ Evaluación de la capacitación mediante encuestas y conversatorio general ○ Cierre de la capacitación ○ Entrega de certificados 	<p>Capacitador José Rivera Costales (CIESPAL)</p>

Cuadro N.- 26 Día 4

Fuente: Radio Caracol FM 91.3 (2018)

Elaboración: María Fernanda Chicaiza Guerrero

BIBLIOGRAFÍA

1. Aedo, I., Díaz, P., & Sicilia, M. (2016). *Sistemas Multimedia: Análisis, Diseño y Evaluación*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
2. Apuy, P. (2013). *Análisis de tecnologías de radio digital terrestre y sus posibilidades de implementación en Costa Rica*. Montes de Oca: Universidad de Costa Rica.
3. Argudo, V. (2015). *15 expertos nos hablan del futuro de la radio*. Paraninfo: Madrid.
4. Barrios, A. (2013). *La radio en la era de la sociedad digital*. Bogotá: Universidad de Bogotá.
5. Bolaños, G. (2016). *Reingeniería del programa radial infantil "Amigos de Jesús" Transmitido por radio Católica: Estudio aplicado a la ciudad de Quito*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
6. Bustamante, E. (2016). *Comunicación y cultura en la era digital: Industrias, mercados y diversidad en España*. Sevilla: Prentice Hall.
7. Cebrián, M. (2013). *Expansión de la ciberradio*. Scielo, 15-24.
8. Cisneros, E. (2017). *La Radiodifusión*. Ambato: Editorial Minerva Imprenta.
9. Cortés, C. (2013). *La Radio Digital*. Redalyc, 103.
10. Cortés, C. (2015). *La Radio Digital*. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*.
11. Delgado, I. (2014). *Destrezas Sociales*. Madrid: Paraninfo.
12. Díez, S. (2016). *Técnicas de Comunicación. La comunicación en la empresa*. Vigo: Ideas propias.
13. Federal Communications Commission. (2017). *Digital Radio*. Washington: Federal Communications Commission.
14. Figueroa, A. (2015). *Mapa de Comunicación del Ecuador*. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.
15. Finazzi, J. (2015). *15 expertos nos hablan del futuro de la radio*. Madrid: Paraninfo.
16. Freund, J., & Miller, I. (2013). *Estadística Matemática con aplicaciones*. México D.F.: Prentice Hall.

17. Gamboa, J. (8 de Septiembre de 2013). Mi historia. Obtenido de Mi historia: <http://javiergamboavoice.blogspot.com/2009/09/mi-historia.html>
18. Giddens, A. (2013). El concepto de fiabilidad. México D.F.: Plaza y Valdes.
19. La Hora. (26 de Septiembre de 2017). Radiofrecuencia Tungurahua. Radiofrecuencia Tungurahua, págs. 10-11.
20. Maisanche, W. (2015). Las estrategias de comunicación periodística y la difusión de contenidos en la página WEB del diario el Herald de la Ciudad de Ambato. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
21. Mindmeister. (02 de Junio de 2017). Modelo de Comunicación de Harold Laswell. Obtenido de Modelo de Comunicación de Harold Laswell: <https://www.mindmeister.com/es/841174657/modelo-de-comunicaci-n-de-harold-laswell>
22. Moreno, E. (2016). Las “radios” y los modelos de programación radiofónica. San Sebastián: Universidad de Navarra.
23. OCDE. (2015). Los Desafíos de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la Educación. Barcelona: OCDE.
24. Otero, E. (2014). Teorías de la comunicación. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
25. Pedrero, G. (2016). Communication & Society. DIALNET, 44.
26. Portilla, E. (2016). Implementación de una radio on-line para fortalecer los procesos comunicativos, educativos y culturales de las y los estudiantes de la carrera de informática. Quito: Universidad Central del Ecuador.
27. Rivadeneira, C. (2015). Programación radial. Lima: Universidad de Lima.
28. Rivera, J. (13 de Noviembre de 2013). Observatorio Latinoamericano de Comunicación. Obtenido de Observatorio Latinoamericano de Comunicación: <http://historico.ciespal.org/repositorioOlacom/index.php/108-analisis/1491-el-ciespal-publica-primer-mapa-de-medios-digitales-del-ecuador>
29. Rodríguez, A. (2016). La evolución de la radio y la influencia de las nuevas tecnologías en la comunicación entre locutor y oyente. Guatemala de la Asunción: Universidad Rafael Landívar.
30. Rodríguez, V. (2013). Comunicación Corporativa - Un derecho y un deber. Santiago de Chile: RIL Editores.

31. Salazar, L. (18 de Mayo de 2014). Comunicación Alternativa. Obtenido de Comunicación Alternativa: <http://lore-infinitylichtgestal.blogspot.com/2010/05/historia-de-la-radio-en-ecuador.html>
32. Socorro Fonseca, A. C. (2013). Comunicación Oral y Escrita. México DF: Pearson Educación.
33. Valencia, J. (2013). La radio digital: ¿Una demanda social o un nuevo escenario de las pugnas del capitalismo globalizado? Scielo, 39.
34. Villacrés, D. (2013). Creación de una radio digital online para la promoción turística de la ciudad de Quito . Quito : Universidad Central del Ecuador .
35. Yáñez, M. (2013). Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y la institucionalidad social. Santiago de Chile: CEPAL.
36. Zumeta, G. (2015). 15 expertos nos hablan del futuro de la radio. Madrid: Paraninfo.

ANEXOS

PLANIFICADOR Y EVALUADOR DE RADIO



Ciudad: Ambato
 Publicación: Diciembre 2017
 Nivel: Alto, Medio, Bajo
 Edades: Todos las Edades
 Sexo: Masculino, Femenino
 Género: Deportes
 Horas: 12:01-12:30, 12:31-13:00, 13:01-13:30, 13:31-14:00

Frecuencia: FM
 Días: Lunes a Domingo

TOTAL EMISORAS ORDENADAS POR RADIOYENTES

Universos Consultado

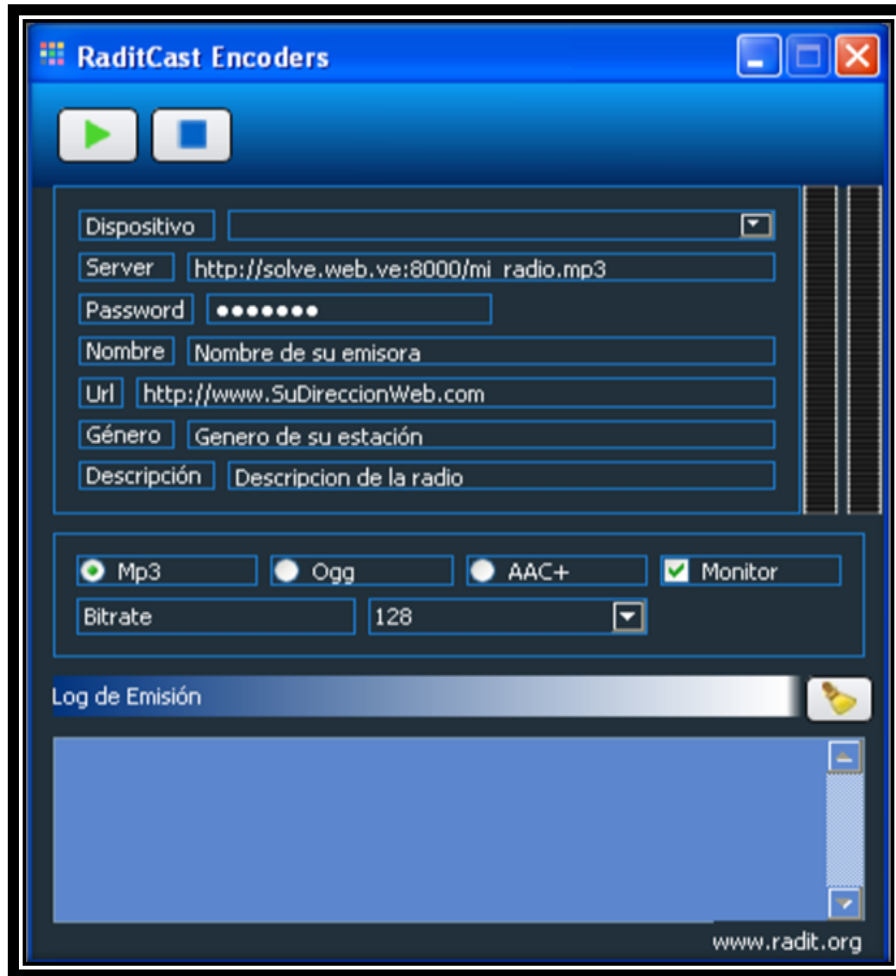
Ciudad	Año	Hogares	Pesonas
Ambato	2017	37105	171724

Rank	Ciudad	Mes	Medios	Frec	Dial	AUDIENCIA			HOGARES			C x M		
						Total	Prom.	Rating	Share	Prom.	Rating	Share	Tarifa	C x M
1	Ambato	Noviembre 2017	CARACOL-FM	FM	91.3	8022	1146	0.69	29.91	414	1.12	29.81	9.00	7.85
2	Ambato	Noviembre 2017	AMOR	FM	96.9	6762	968	0.59	25.21	351	0.95	25.27	6.00	6.21
3	Ambato	Noviembre 2017	CENTRO-FM	FM	91.7	5586	798	0.46	20.82	290	0.78	20.88	8.00	10.03
4	Ambato	Noviembre 2017	TRICOLOR	FM	97.7	2233	319	0.18	8.32	116	0.31	8.35	6.00	18.81
5	Ambato	Noviembre 2017	CARAVANA FM	FM	99.7	1288	184	0.11	4.80	67	0.16	4.82	5.00	27.17
6	Ambato	Noviembre 2017	PAZ Y BIEN FM	FM	104.0	951	123	0.07	3.21	42	0.12	3.24	10.00	81.26
7	Ambato	Noviembre 2017	CATOLICA - FM	FM	105.7	812	116	0.07	3.03	42	0.12	3.02	12.00	103.45
8	Ambato	Noviembre 2017	FIESTA	FM	94.5	693	99	0.06	2.58	36	0.10	2.59	10.00	101.01
9	Ambato	Noviembre 2017	SONORAMA	FM	103.7	406	58	0.03	1.51	20	0.06	1.44	17.00	293.10
10	Ambato	Noviembre 2017	BONITA RIOBAMBA	FM	89.3	84	12	0.01	0.31	4	0.02	0.29	6.00	500.00
11	Ambato	Noviembre 2017	ANDINA	FM	106.1	77	11	0.01	0.29	4	0.01	0.29	4.00	363.64
Totales:							3832	2.20	99.99	1389	3.77	100.00		

RAITING

RADIO CARACOL FM 91.3

MERCADOS Y PROYECTOS



Es un programa que se utiliza para enviar la señal a un servidor de Streaming, este software cumple la función para transmitir por internet, no requiere instalación, es una opción incluida que tiene el reproductor Radit 1.0, solo se requiere extraer el archivo, configurarlo y ponerlo a funcionar



Radit 1.0 es un programa de automatización de radio, es gratuito y libre de comercialización, es un software que evoluciona conforme la radio lo exige y es casi profesional, permite que una emisora transmita 24 horas sin necesidad de tener ayuda o apoyo de una persona para su funcionamiento.

Reconoce audios en formato waw, mp3 y otros menos utilizados y conocidos, tiene la opción de transmitir la hora, temperatura, humedad y los eventos o publicidad a la hora indicada y muchas funciones más



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE
JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES CARRERA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL**

Encuesta dirigida a radioescuchas de la ciudad de Ambato

Pregunta N°.1-¿Escucha Radio Caracol FM 91.3?

SIEMPRE OCACIONALMENTE NUNCA

Pregunta N° 2: ¿Conoce si Radio Caracol FM 91.3 es una Radio Convencional?

SI NO DESCONOCE

Pregunta N°3 ¿Las radio emisoras deben iniciar acciones para pasar a operar como radios digitales?

SI NO DESCONOCE

Pregunta N°4¿Conoce si Radio Caracol FM 91.3 utiliza Streaming?

SI NO DESCONOCE

Pregunta N°5 ¿Considera que en Radio Digital hay mayor participación del oyente?

SI NO



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE
JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES CARRERA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL**

Encuesta dirigida a 8 expertos que están inmersos en empresas radiales de la ciudad de Ambato.

PREGUNTA No. 1

¿La radio tradicional o convencional motiva la participación del público?

PREGUNTA No. 2

¿Cuáles han sido los cambios de la radio convencional a la radio digital?

PREGUNTA No. 3

¿En la radio digital, la participación del público es mayor o menor?

PREGUNTA No. 4

¿La programación de la radio (convencional o digital), invita a que el público reaccione y de sus aportes?

PREGUNTA No. 5

¿En los sistemas de transmisión digital, están disponibles los programas solo el momento en que se ejecutan?

PREGUNTA No. 6

¿Con la tecnología qué cambios se han dado en la radio?

PREGUNTA No. 7

¿Qué perfil profesional se requiere para trabajar en radio digital?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES CARRERA
DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Ficha de Observación

Lugar:	
Nombre:	
Cargo o puesto:	
Pregunta	Análisis e Interpretación

PAPER

**“De la Radio Convencional a la Radio Digital en Caracol FM 91.3 de la Ciudad
de Ambato”**

**María Fernanda Chicaiza Guerrero
Universidad Técnica de Ambato
Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales
Carrera de Comunicación Social**

Ambato - Ecuador

2018

RESUMEN EJECUTIVO

La llegada de este proceso de evolución ha hecho que las ondas hertzianas en la radio convencional trasladen su accionar a un espectro radio eléctrico digitalizado D.A.B (**DIGITAL AUDIO BROADCASTING**) migrando así, a nuevas posibilidades y nuevas audiencias porque sus exigencias día a día hacen que las tendencias acaparen más oyentes en toda la latitud geográfica.

La comunión y el impacto que ofrece la digitalización en la radio es supremo y es así que se aprecia su usabilidad beneficiosa en los usuarios como recibir una definición altísima de calidad sonora, información multimedia, poca interferencia y a la vez generando ese intercambio fundamental de socialización y renovación en la producción de contenidos.

Esta investigación dio inicio en octubre del 2017, **“DE LA RADIO CONVENCIONAL A LA RADIO DIGITAL EN CARACOL FM 91.3 DE LA CIUDAD DE AMBATO”**

Atraves de la hipótesis se planteó utilizar un levantamiento de la información que se generó mediante encuestas a un sector de Ambato y entrevistas a Comunicadores y Periodistas de diversos medios radiales, que tienen una trayectoria impecable y de gran importancia, las mismas que revelaron que es el momento indicado de iniciar un proceso de migración a la radio digital.

Palabras claves: Radio Digital, Radio Convencional

EXECUTIVE SUMMARY

The arrival of this process of evolution has caused the radio waves in conventional radio to transfer their actions to a digitized electrical radio spectrum (**DIGITAL AUDIO BROADCASTING**), thus migrating to new possibilities and new audiences because their day-to-day demands make the trends monopolize more listeners in all geographical latitude.

Communion and the impact of digitization on radio is paramount and this is how its beneficial usability is appreciated in users, such as receiving a very high definition of sound quality, multimedia information, little interference and at the same time generating this fundamental exchange of socialization and renewal in content production.

This investigation began in October of 2017, **"FROM THE RADIO CONVENTIONAL TO THE DIGITAL RADIO IN SNAIL FM 91.3 OF THE CITY OF AMBATO"**

Through the hypothesis, it was proposed to use an information survey that was generated through surveys of a sector of Ambato and interviews with Communicators and Journalists of various radio media, which have an impeccable and very important trajectory, the same ones that revealed that it is the right moment to start a migration process to digital radio.

KEYWORDS: Digital Radio, Conventional Radio

PROCESO DE INVESTIGACIÓN

ENTREVISTA PREGUNTAS

1. ¿La Radio Tradicional o Convencional motiva la participación del público?
2. ¿La programación de la radio invita que el público reaccione y de sus aportes?
3. ¿Los formatos y los tipos de programas que realiza toman en cuenta la realidad de sus oyentes o desde el punto de vista del productor y de la radio?
4. ¿Los sistemas de transmisión están disponibles el momento que quiera el oyente o están solamente en el momento que se produzcan el programa?
5. ¿Cuáles han sido los cambios de la Radio Convencional a la Radio Digital?
6. ¿Cuáles son los perfiles o formación profesional del que trabaja en la Radio Digital?
7. ¿Con la tecnología que cambios se ha dado en la Radio?
8. ¿En la Radio Digital, la participación del público es mayor o menor?

:

ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA

OBJETIVO:

Recopilar información sobre la radio convencional a la radio digital y cómo este fenómeno impactó en Radio Caracol FM 91.3 de la ciudad de Ambato.

ENTREVISTADOS:

Ocho expertos que están inmersos en empresas radiales de la ciudad de Ambato.

TÉCNICA: Entrevista.

INSTRUMENTO: Cuestionario.

PREGUNTA No. 1

¿La radio tradicional o convencional motiva la participación del público?

PREGUNTA No. 2

¿Cuáles han sido los cambios de la radio convencional a la radio digital?

PREGUNTA No. 3

¿En la radio digital, la participación del público es mayor o menor?

PREGUNTA No. 4

¿La programación de la radio (convencional o digital), invita a que el público reaccione y de sus aportes?

PREGUNTA No. 5

¿En los sistemas de transmisión digital, están disponibles los programas solo el momento en que se ejecutan?

PREGUNTA No. 6

¿Con la tecnología qué cambios se han dado en la radio?

PREGUNTA No. 7

¿Qué perfil profesional se requiere para trabajar en una radio digital?

INTRODUCCIÓN

El objetivo general de esta investigación fue: “Determinar qué estrategias se requieren para migrar de la Radio Convencional a la Radio Digital en Radio Caracol Fm 91.3 de la ciudad de Ambato” Para cumplir con este objetivo se tomó como un paso fundamental la ejecución de los objetivos específicos:” Indagar que limitaciones tiene la Radio Caracol 91.3 al estar funcionando en un gran porcentaje como una radio convencional.”; “Verificar el posicionamiento en transmisiones en plataforma virtual de Radio Caracol FM 91.3.”; “Analizar que estrategias se requieren para migrar a un sistema de radio digital.”; “Proponer una alternativa de solución al problema de Radio Caracol FM 91.3”;Consecuentemente se comprobó la hipótesis: : La Radio Caracol FM 91.3, radio convencional, debe iniciar un proceso de migración a la radio digital De igual forma, la modalidad básica de la investigación fue:

Exploratorio

El nivel de la investigación será exploratorio porque de alguna manera se acerca al problema ya que determina las características de las variables y la situación en que se desarrolla. Además, será exploratoria esta investigación porque va a determinar la manera y la forma en que se va a realizar las Estrategias Digitales en Radio Caracol 9.3 Fm por otra parte será descriptivo su estudio ya que se obtienen datos por medio de la encuesta y determinar las acciones, que describirán las acciones y actividades de las variables para poder amoldarse a los datos recolectados.

Correlacional

La investigación será además de tipo correlacional porque ayuda a identificar y determinar los resultados por la relación que hay entre las variables y el escenario que podrán optimizar las Estrategias Digitales y se pueda encaminar la propuesta.

METODOLOGÍA

SUJETOS

En este sentido, los sujetos investigados fueron: Los locutores de las radios de la ciudad de Ambato.

TECNICAS E INSTRUMENTOS

Esta investigación fue de campo hubo contacto directo a través de entrevistas y encuestas .

Por otra parte también se obtuvo información por medio de fuentes bibliográficas ,artículos ,sitios web , artículos científicos . Hay que rescatar que esta investigación fue factible ya que se necesitó el apoyo de nuestro paradigma empleado en esta investigación el paradigma crítico – propositivo proponiendo una alternativa de solución que contribuya al beneficio social.

PROCEDIMIENTO

La presente investigación **“DE LA RADIO CONVENCIONAL A LA RADIO DIGITAL EN RADIO CARACOL FM 91.3 DE LA CIUDAD DE AMBATO”** deriva un aspecto de importancia al iniciar un proceso de migración a la radio digital , creando una gama muy amplia que acapare a los públicos dándose un común denominador en las nuevas audiencias que necesitan tener todo en un solo medio, tener mayor acceso a la información entre sus ventajas se da la calidad del sonido que es superior ya no hay interferencias lo que hace que sean más potentes suele decidirse que la radio digital ha dejado atrás su tradición y funcionamiento para comenzar a formar parte de la era digital ,en este caso el radioescucha puede programar su propia radio y solicitar información de noticias , de resultados deportivos incluso información meteorológica si así lo desea ,video chats ,música en línea etc.

A continuación, el Trabajo de Graduación, consta de seis capítulos, mismos que están estructurados de la siguiente manera:

CAPÍTULO I

Aquí se desarrolló el planteamiento del problema a investigar, la contextualización macro, meso, y micro; a continuación, se elaboró el árbol de problemas, el análisis crítico y la prognosis con el propósito de respaldar la formulación del problema; a continuación, se crearon incógnitas que rigieron el estudio planteado y se procedió a delimitar el objeto de investigación, además, se enfatiza se justifica la importancia y el por ejecutar interés; finalmente, se evacua éste Capítulo con la mención de los objetivos general y específicos del actual trabajo de graduación.

CAPÍTULO II

Se desarrolló el Marco Teórico, se inició con los antecedentes investigativos y se fundamentó filosófica y legalmente el tema de estudio; posteriormente, se ejecutó una búsqueda y recopilación bibliográfica y documental para realizar las categorías fundamentales que abordan conceptos en relación a las variables de investigación que son: La Radio Convencional y la Radio Digital; Consecutivamente, se presentó el planteamiento de la hipótesis y el señalamiento de variables.

CAPÍTULO III

Aquí se pudo desarrollar la Metodología además el enfoque cuantitativo con el que se llevó a cabo su estudio, a continuación la modalidad básica y el nivel o tipo de investigación utilizada; posteriormente, se determinó la población y la muestra que fue abordada; y para conocer las características de las variables se efectuó la operacionalización de las mismas; finalmente, se presentó los instrumentos que se aplicados en la investigación aplicados para la recolección de datos y el plan de procedimiento para desarrollar el análisis de la información recogida, se divisó estrategias metodológicas citadas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque seleccionado.

CAPÍTULO IV

Se desarrolla el Análisis de los Resultados, la tabulación y el procesamiento de los

datos obtenidos para lo cual se realiza las tablas y gráficos estadísticos que permitieron interpretar con certeza los resultados alcanzados; posteriormente, se concluyó con la verificación de la hipótesis planteada.

CAPÍTULO V

Se elabora las Conclusiones y Recomendaciones, además se establecen las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron de las encuestas y entrevistas aplicadas.

CAPÍTULO VI

Se desarrolla la propuesta, se planteó la solución al problema investigado, en este sentido, se **Diseño de un taller de capacitación sobre uso de plataformas tecnológicas para radio que permita trabajar con redes sociales y difusión de contenidos.**

CONCLUSIONES

Se desprende que **Radio Caracol FM 91.3** tiene una sintonía bastante aceptable en la ciudad de Ambato, pero que requiere estar de la mano con la tecnología para mantener la competitividad en el mercado.

De 100 encuestados, el 15% escucha siempre la radio, 25% ocasionalmente. Un 33% manifiesta que es una radio tradicional.

Al no tener un buen posicionamiento en redes la radio corre el riesgo de disminuir sus oyentes. Un 89% de los encuestados desconoce si la radio trabaja en plataformas virtuales.

Los radioescuchas desconocen si Radio Caracol está trabajando con sistemas tecnológicos de última generación y la estrategia principal es tomar la decisión hacia

lo tecnológico para mantenerse vigentes.

Un 88% desconoce si la radio está trabajando con el Sistema Streaming y un 89% de los encuestados cree que se deben emplear estrategias para migrar a una radio digital.

RECOMENDACIONES

Se recomienda la capacitación al personal en el manejo de tecnología y redes sociales con paquetes aplicados a la radio que modifiquen las prácticas comunicativas.

Un plan de negocios para digitalizar los equipos.

Adquisición de un transmisor digital.

DISCUSIÓN O REFLEXIÓN CRÍTICA

La digitalización de la radio es inminentemente puntual se abierto un proceso de nuevas experiencias y de una nueva adaptabilidad de los usuarios al instante mismo de escuchar una radio que tenga mayor alcance, una mejor definición de sonido en su nitidez y una gran variedad accesos y posibilidades de consumir radio en el siglo XXI.