

La radio en línea en Ecuador

Hallazgos y nuevas características

Online radio in Ecuador

Findings and new features

Hernán Yaguana Romero

Universidad Técnica Particular de Loja, Departamento de
Comunicación

Universidad Técnica Particular de Loja
Loja, Ecuador

hayaguana@utpl.edu.ec

María Noralma Romero

Universidad Técnica Particular de Loja,
Universidad Técnica Particular de Loja
Loja, Ecuador

mnromero@utpl.edu.ec

Juan Pablo Arrobo Agila

Universidad Técnica Particular de Loja, Departamento de
Comunicación

Universidad Técnica Particular de Loja
Loja, Ecuador

jparrobo1@utpl.edu.ec

Resumen — La investigación que presentamos analiza al sistema radiofónico online en Ecuador. El objetivo fue determinar las características de contenidos y de uso de los elementos hipermedia que Internet le brinda. Para el análisis se establecieron 19 emisoras, las cuales fueron determinadas mediante la aplicación de un censo, para posteriormente establecer algunas variantes que presentan en cuanto a: actualización de contenidos, formatos y recursos multimedia. Para lograrlo se hizo uso de la etnografía digital, mediante la semana compuesta; el método se completó con entrevistas a administradores y gerentes de las emisoras. Entre los resultados que obtuvimos, se determinó que las emisoras ecuatorianas, nativas de internet, en un alto porcentaje no actualizan sus contenidos; también se detectó que abusan de tres formatos para su programación: la entrevista, las noticias y la música. Finalmente se pudo constatar que están muy lejos de un real aprovechamiento de todo el potencial multimedia que Internet brinda; los audios no son complementados con recursos visuales, son marcadas las emisoras que lo hacen. Todo este recorrido nos indica que aún no son una estructura organizativa fuerte y consolidada. Algunas de ellas tienen una aparición temporal; se convierten en una experimentación de personas entusiastas que, aprovechando la facilidad de creación y difusión, tratan de emprender en propuestas de este tipo, acción que al corto, por falta de recursos económicos o por desconocimiento en la gestión de un medio en línea, abandonan el proyecto. Sin embargo, queda mucho por analizar sobre el futuro de la radio en línea en Ecuador.

Palabras Clave – radio en línea; Ecuador; sistema; formatos.

Abstract —. The research we present analyzes the online radio system in Ecuador. The objective was to determine the content and use characteristics of the hypermedia elements that the Internet provides. For the analysis, 19 stations were established, which were determined through the application of a census, to later

establish some variants that they present in terms of: updating of contents, formats and use of multimedia resources. To achieve this, digital ethnography was used, through the composite week; The method was completed with interviews with station administrators and managers. Among the results we obtained, it was determined that Ecuadorian stations, native to the Internet, in a high percentage do not update their content; It was also detected that they abuse three formats for their programming: interviews, news and music. Finally, it was found that they are very far from a real use of all the multimedia potential that the Internet offers; the audios are not complemented with visual resources, the stations that do so are marked. All this journey indicates that they are not yet a strong and consolidated organizational structure. The lack of a clear financing model does not allow the good initiatives they present to take off. Some of them have a temporary appearance; They become an experimentation of enthusiastic people who, taking advantage of the ease of creation and dissemination, try to undertake proposals of this type, an action that in the short term, due to lack of financial resources or ignorance in the management of an online medium, they abandon the project. However, much remains to be analyzed about the future of online radio in Ecuador.

Keywords – online radio; Ecuador; system; formats.

I. INTRODUCCIÓN

Si bien el digital news report 2020 [1] destaca el incremento del podcast en todo el mundo, un aumento general del 31% (+3) en el consumo de podcast en un conjunto de 20 países España (41%), Irlanda (40%), Suecia (36%), Noruega (36%) y los

Estados Unidos (36%). En cambio, el uso es cercano a una cuarta parte en los Países Bajos (26%), Alemania (24%) y el Reino Unido (22%); en Ecuador, por encima del podcast, se están dando experiencias significativas de radios por Internet. Las nuevas audiencias están mostrando su interés por los formatos radiofónicos digitales, llama la atención la cantidad de jóvenes que prefieren programas de diversión, escuchan más entretenimiento que información, se entiende que los dispositivos móviles les permiten estar informados, las redes sociales han postergado la demanda informativa en radio [2]. Sin embargo, la radio no pierde su esencia, el sonido, y es de ella la que se están aprovechando estas nuevas propuestas.

La radio como tal ha pasado por tres generaciones: la primera definida por los pasos iniciales, por la ampliación de cobertura territorial y por la incorporación de contenidos; la segunda se produjo con la introducción de los transistores, la FM, la estereofonía y el magnetófono; y la tercera que se vive ahora con el cambio de lo analógico a lo digital [3]. De lo que se ha podido observar cada generación lleva un hilo de herencia de su antecesora, si bien hay un reacomodo en ciertos aspectos el origen prosigue; por lo tanto, la tercera generación cambia en el factor tecnológico, pero hay aspectos que se mantienen como el lenguaje, la expresión, y ciertas ventajas más que en la segunda generación se establecieron plenamente. Una de las cosas sobresalientes que trae esta tercera generación es la aparición de la radio en Internet. Según Aurora García y Mercedes Román [4] en el 2006 ya se calculaba que existían más de 2.500 emisoras que emitían por Internet y cerca de 10.000 con presencia en la red. Estas cantidades incluyen a las emisoras tanto nativas, como a las tradicionales que no quieren perder terreno en el nuevo espacio, y que ven en la web la oportunidad de llegar a nuevos públicos y de recuperar el protagonismo perdido frente al resto de medios. Si hacemos una comparación entre todos los sistemas de radiodifusión digital, podemos decir, que ha sido internet la plataforma que mejor se ha adaptado a la nueva faceta que toma la radio del futuro, sus características de interactividad, accesibilidad, multimedialidad e hipertextualidad le dan una cualidad única.

Cuando la radio llega a Internet, se encuentra frente a toda una nueva infraestructura tecnológica, totalmente desconocida, las formas de expresión y de interacción que allí se dan, van más allá del concepto mismo de radiodifusión. La característica que siempre diferenció a la radio en su estado natural, sobre el resto de medios fue el sonido, desde que llega a Internet esa dimensión cambia y surgen nuevas alternativas que no se circunscriben exclusivamente a lo sonoro, sino que se abren a un entorno multimedia, donde la radio también se puede expresar desde lo audiovisual. En palabras de Arturo Merayo: Internet abre a la misma radio las puertas de entrada al escenario digital y a la vez brinda la posibilidad de que ofrezca nuevos servicios, que con los sistemas tradicionales de difusión o bien no existían o bien era imposible hacerles llegar al público [4]. Santiago González (2009), Director de Radio Nacional de España, se refería a la nueva radio en los siguientes términos “La radio ya no se evapora en el aire, está grabada, registrada.

Además, el oyente adquiere un mayor grado de soberanía sobre lo que recibe. Tenemos unos oyentes más atentos, más exigentes, pero también fieles a lo que les agrada”. (II Seminario radio y red: prospectiva y nuevas formas de consumo).

Cebrián Herreros, impulsor del término Ciberradio, con el cual él designa a este nuevo cibermedio, dice: La denominación de radio por internet se refiere a una concepción instrumentalista de Internet como mero soporte de difusión. Es la radio tradicional que encuentra en Internet una vía para ampliar su difusión por otros campos (...) Transmite la idea de que se parte de la concepción tradicional de la radio y que lo mismo que se emite por ondas hertzianas, por satélite o por cable, ahora llega por una cuarta vía: Internet. Falta la concepción más integradora en la que se fusionen los dos mundos para dar origen a una nueva radio [5]. El concepto preliminar que tenemos de la radio tradicional, que hace referencia a un medio construido básicamente a través de la palabra, la música y los efectos sonoros [6], pasa a ser corto cuando la radio llega a la red. Igual sucede con el concepto de [7] “La radio es el medio por excelencia, tiene tanta o más imaginación que un televisor (...)”. Internet hace que cualquier definición clásica quede corta. Su estructura provoca que el nuevo medio enriquezca sus características tradicionales e incremente otras. Por lo tanto, ya no es radio tradicional, es algo más. Martínez Costa se refiere a las ventajas que la radio tradicional logra incrementar en la red: En primer lugar, la Red tiene un alcance global que permite acceder a coberturas internacionales sin una infraestructura técnica adicional. Por otra parte, el proceso de implantación de la Red y de la radio en la Red ha resultado mucho más acelerado que el resto de soportes digitales. Con la Red se modifica el modelo de comunicación tradicional de la radio, haciéndolo personal, interactivo y a demanda, y permitiendo el reempaquetado de sus productos, que ya no se limitan a lo sonoro, sino que se extienden a servicios añadidos de datos, imágenes, gráficos y vídeos [8].

II. METODOLOGÍA.

Antes de describir el proceso metodológico que se empleó para la investigación es necesario enunciar las tres hipótesis sobre las cuales se originó:

- Por ser emisoras asincrónicas, la actualización de contenidos no es una de las prioridades que tienen las radios nativas de Internet en Ecuador.
- Al contar con una interfaz visual, las propuestas de radios nativas digitales incluyen una mayor riqueza de contenidos, con alternativas de expresión en géneros y formatos.
- Las propuestas de radios nativas de Internet en Ecuador, al ofrecer productos bajo una interfaz digital de pantalla, proponen una amplia variedad de elementos multimedia en los contenidos que ofrecen al público.

Las técnicas metodológicas empleadas para la presente investigación fueron cualitativas y cuantitativas, combinación que hoy en día, dentro de las Ciencias Sociales y las Humanidades se ha vuelto muy común en las investigaciones, ya no existe ese sesgo marcado entre una y otra; para [9]. Las diferencias entre la tradición cuantitativa y la cualitativa son sólo de tipo estilístico, su importancia en términos metodológicos y de contenidos es mínima. Puede considerarse –con razón– que toda buena investigación procede de la misma lógica inferencial subyacente. Sobre esa base, se realizaron los siguientes pasos:

Lo primero fue un censo para determinar el universo de las emisoras en línea que actualmente están activas. Utilizando diversas fuentes (periódicos, revistas, anuncios y palabras claves en los buscadores) se detectó que a febrero 2020 existían 146 emisoras online, entre nativas y derivadas de antena. De las cuáles el 87% procedían de una estación AM o FM tradicional y el 13% eran propias de la red. Una vez determinadas las emisoras nativas de Internet 19, procedimos hacer una revisión para verificar cuáles de ellas se mantenían en funcionamiento constante, obteniendo como resultado que sólo 11 de ellas se encuentran en actividad constante.

En segundo lugar, siguiendo los criterios establecidos en investigaciones preliminares como la de [10] se edificó una ficha de recolección de datos donde constaban las variables que determinaríamos aplicando la etnografía digital. El proceso se lo hizo bajo la aplicación de la semana compuesta que correspondió desde el 16 de noviembre hasta el 18 de diciembre del 2020. Durante esas fechas se revisó los portales de cada emisora nativa digital. Entre los datos buscados constan: actualización de contenidos, formatos que ofrecen, contenidos multimedia.

Finalmente, y con el afán de conocer la opinión de los gestores de contenidos y directores de medios, en muchos casos era la misma persona, realizamos entrevistas estandarizadas. La técnica de la entrevista, en nuestro caso se justifica, dada la falta de documentación y necesidad del tema, además de ser una herramienta de complemento para los análisis de observación. Al comunicarse a través del lenguaje, el entrevistador y el entrevistado negocian un cierto conocimiento de la materia en cuestión que, más tarde, en forma de cintas y transcripciones, se convierte en el objeto de análisis lingüístico y de la interpretación textual. En el caso de los estudios de observación en los que habitualmente la entrevista es un elemento integrado de investigación, este uso del lenguaje es, ante todo, una herramienta para recopilar más información [11].

III. RESULTADOS

3.1 Actualización de contenidos

De las 11 estaciones nativas digitales que se encuentran activas, observamos a continuación los porcentajes de cuáles tienen una actualización de contenidos permanente.

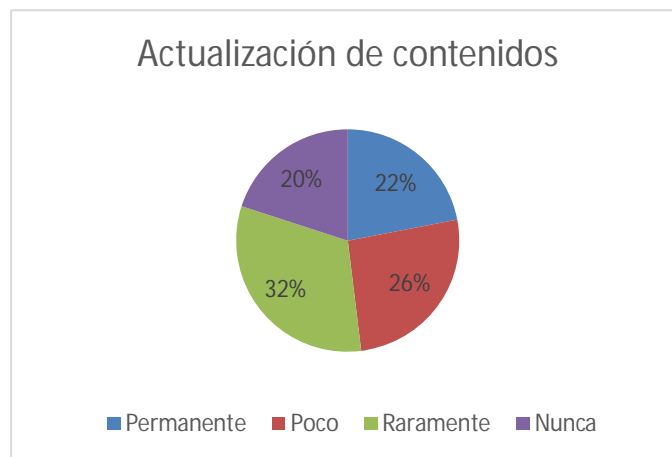


Figura 1. Actualización de contenidos

Según lo expuesto en la figura 1 apreciamos que la actualización de contenidos no es una constante en la mayoría de radios nativas de Internet en Ecuador. En la entrevista que tuvimos con los administradores y gerentes de las radios, la mayoría señalaron que es un trabajo muy fuerte, no sólo se necesita pensar en el contenido sonoro, sino en los complementos textuales y visuales que lleva cada producto. Puntualizaron que requiere esfuerzo personal y económico, lo cual a veces no tiene recompensa ni estímulos que gratifiquen. Quienes lo hacen no muy seguido justifican su accionar señalando que al ser productos que se ofrecen pregrabados no demandan actualizaciones constantes. Por eso es que la mayoría de las emisoras nativas de internet no difunden en directo sino con programas pregrabados. Hubo quienes señalaron que hacen actualizaciones permanentes, pero enlazando noticias y documentos de otros portales, principalmente internacionales, ya que sería imposible crear todo ese contenido por ellos mismos. Debemos aclarar que la mayoría de las emisoras que tienen una actualización constante son monotemáticas, es decir que tratan un solo tema así es el caso de radio serenidad, nativa de la red, destinada a instaurar una conciencia planetaria y a cultivar la buena conducta humana. Si sumamos el porcentaje entre quienes actualizan su contenido raramente o nunca 58%, nos damos cuenta que la mayoría no se enfoca en una de las características más importantes de todo medio de comunicación debe poseer como es la actualidad; puede ser ese un detonante para la lenta aceptación dentro de la mayoría de públicos.

3.2 Formatos de presentación

Respecto a la producción de contenidos, tema que también está ligado a la variable que anteriormente analizamos, en la figura 2 presentamos los valores obtenidos. Están explicados desde el uso de formatos, es decir a la variabilidad de presentación de los contenidos.

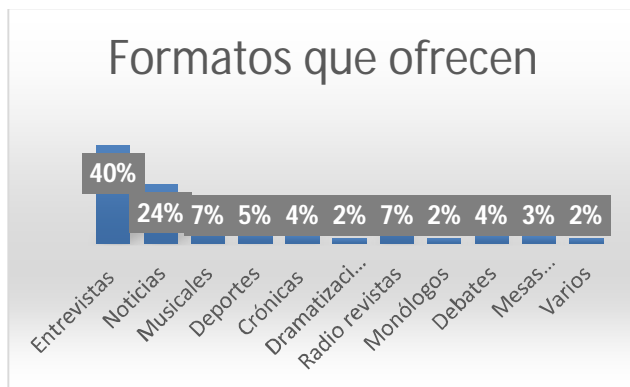


Figura 2. Formatos que ofrecen las radios nativas de Internet en Ecuador

Respecto a los formatos la figura 2 es sumamente descriptiva, muestra cómo la radio nativa de internet abusa de las entrevistas y de las noticias, 64% entre ambas. La falta de propuestas comunicativas diferentes como por ejemplo, las crónicas 4% o las historias dramatizadas 7%, hace notar que, parte de la crisis que viven es por la falta de contenidos. Cuando entrevistamos, sobre este tema, a los administradores y propietarios, nos dejaron ver que en algunos casos desconocen que existen otras formas de comunicar que no sólo sean las dos primeras. Gran parte de los justificativos para no disponer de una programación variada, era nuevamente el factor económico. La mayor parte daba a entender que les hace falta disponer de un equipo humano y técnico de producción. Fue muy reiterado el tema del costo beneficio.

3.3 Contenidos multimedia

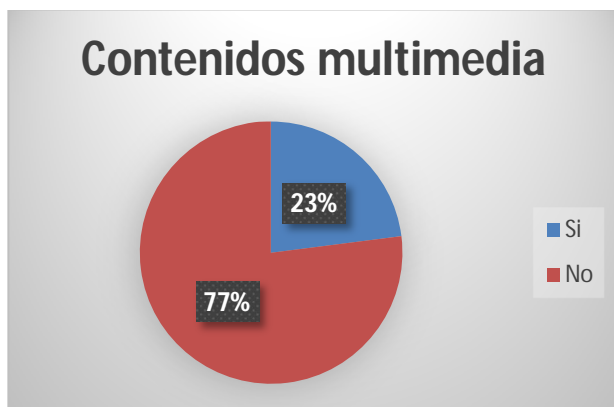


Figura 3. Contenidos multimedia

Otro recurso que estaba dentro del objetivo de la investigación, y que es muy importante determinarlo era conocer cómo se está dando el manejo de la multimedia en los productos que ofrecen las emisoras nativas de internet en Ecuador. Como se puede apreciar en la figura 3 sólo el 23% están realizando, el resto no. En las respuestas de los administradores y gerentes de las emisoras, en su mayoría coinciden en señalar la dificultad de contar con profesionales entendidos en el tema. Otro factor que nos dieron a conocer es

lo laborioso que resulta trabajar en productos donde además del sonido, se les debe agregar imágenes, texto u otros recursos multimedia.

TABLA 1. USO DE RECURSOS MULTIMEDIA

| Uso de recursos multimedia | |
|----------------------------|-----------------|
| Tipo de emisora | Nombre |
| Nativa de Internet | Serenidad |
| Nativa de Internet | Macro digital |
| Nativa de Internet | El Súper Duende |
| Nativa de Internet | Ondabakana |
| Nativa de Internet | Rockonline.com |
| Nativa de Internet | Radio04. |
| Nativa de Internet | UTPLradio |

En la tabla 1 se muestran cuáles son las emisoras nativas de Internet que mejor uso hace de los recursos multimedia. Hemos incluido medios donde la característica de presentación de sus contenidos difiere completamente de las que sólo ofrecen reproductores de sonido o audios pregrabados sin ningún recurso multimedia adicional.

IV. CONCLUSIONES

Este análisis del sistema radiofónico nativo digital en Ecuador nos deja algunas conclusiones, la primera de ellas concuerda con la hipótesis uno, dando a conocer que la actualización de contenidos es una de las barreras que tienen este tipo de emisoras. Son pocas quienes sí lo hacen, los factores, por un lado, son económicos, lo repercute en la falta de un modelo de financiamiento, así como la falta de profesionales y el desconocimiento de las potencialidades del entorno digital. A la final la suma de estos elementos lo que hace es disminuir la aceptación de los usuarios, convirtiéndose en una amenaza para el crecimiento de las emisoras en línea, lo cual afecta a todo el sistema, pues, se crea una opinión generalizada.

En segundo lugar, los formatos que ofrecen las emisoras van en contra de la hipótesis 2, en la cual se afirmaba que las radios en línea proponían mejores alternativas de programación, con diversidad de géneros y formatos. Como lo observamos en la figura 2 no es así, por el contrario, se hace demasiado abuso de tres formatos: la entrevista online, las noticias y la música 71%. Abuso porque esos formatos no son bien trabajados, sino al mínimo con entrevistas donde la informalidad, la falta de investigación y de un hilo conductor marcan el programa.

Respondiendo a la tercera hipótesis la cual señalaba que las radios nativas de Internet en Ecuador, al ofrecer productos bajo una interfaz digital de pantalla, debería proporcionar una amplia variedad de elementos multimedia; vemos que no se cumple, en un 77% no utiliza recursos hipermedia más allá del podcast. Esta falta de utilización de recursos multimedia empobrece las páginas web de las emisoras. E incluso cuando los usuarios las visitan, al no tener variedad de elementos que visitar, prontamente se salen de la página en busca de otras opciones.

En líneas generales el sistema radiofónico online de Ecuador está en su pleno momento de experimentación, con propuestas que aparecen y desaparecen. La facilidad de creación y los bajos costos que representa su estructura hace fácil el acceso a crear radios en línea; sin embargo, la mayoría de propuestas no logran concretarse en su totalidad, hace falta conocimiento del entorno tecnológico sobre el cual se asientan; también se necesitan profesionales con competencias polivalentes en comunicación, computación, etc., lo cual las entidades educativas aún no logran descifrar cómo hacerlo. Además, hay que considerar que es un fenómeno mundial que está en sus fases preliminares, donde falta edificar muchos procesos hasta lograr su consolidación completa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

- [1] Hölig, S., Hasebrink, U., & Behre, J. (2020). Reuters Institute Digital News Report 2020: Ergebnisse für Deutschland (Vol. 50, p. 73). DEU.
- [2] Suing, A., Ordóñez González, K. E., & Ortiz, C. (2018). El consumo de radio y televisión de los estudiantes universitarios del Ecuador. Question.
- [3] Cebrían Herreros, M. (2008). La radio en Internet. Buenos Aires: La Crujía.
- [4] Meseguer, Ángel. (2009). La radio del siglo XXI un medio interactivo. España: Euroeditions.
- [5] Cebrían Herreros, M. (2002). La radio en la convergencia multimedia. Barcelona: Gedisa.
- [6] Balsebre, Armand. (2000). El lenguaje radiofónico. Madrid: Cátedra.
- [7] Rottman, D., & Bernárdez, J. (2000). La rebeldía pop. Suar, Pergolini.
- [8] Martínez, Costa (Coords.). (2004). Programación radiofónica: arte y técnica del diálogo entre la radio y la audiencia. Barcelona: Ariel.
- [9] King, G., Keohame, R., y Verba, S. (2000). El diseño de la investigación social: La inferencia científica en los estudios cualitativos. Madrid: Alianza editorial.
- [10] Yaguana Romero, H. (2013). Chasqui 123. 06 Tema Central: Acercándonos a la radio digital terrestre desde la radio en la Red.
- [11] Jensen, K. (1993). Erudición humanística como ciencia cualitativa: contribuciones a la investigación sobre la comunicación de masas. En Jensen, K. y Jankowski, N.

Copyright of CISTI (Iberian Conference on Information Systems & Technologies / Conferência Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação) Proceedings is the property of Conferencia Iberica de Sistemas Tecnologia de Informacao and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.