

Innovación y convergencia: el uso de herramientas multidimensionales en la radio *online* de Ecuador

Bryan Patricio Moreno-Gudiño¹

sr.bryan.moreno@hotmail.es

<https://orcid.org/0000-0002-3184-4965>

Universidad de las Fuerzas Armadas
Ecuador

RESUMEN

La irrupción de Internet ha desencadenado una revolución sin precedentes en el ámbito de los *mass-media*, introduciendo un escenario en el que se exploran conceptos confusos y divergentes. En este contexto, la radio ha experimentado una migración hacia el ecosistema digital, lo cual ha creado un entorno altamente propicio para enriquecer los mensajes y contenidos. Por ende, el objetivo principal de esta investigación consistió en examinar minuciosamente el grado de aprovechamiento de los atributos digitales en la construcción de un discurso comunicativo innovador por parte de las emisoras radiales ecuatorianas. Para alcanzar esta meta, se adoptó un enfoque metodológico mixto que combina una perspectiva cuantitativa y cualitativa, consiguientemente, se empleó la técnica de observación directa para examinar detalladamente alrededor de 200 radiodifusoras, legalmente establecidas a escala nacional. Esta actividad metódica fue aplicada con el fin de llevar a cabo una jerarquización rigurosa de la información recopilada, así como para capturar los significados más relevantes. Como resultado de este análisis exhaustivo, se constató que las radios de Ecuador no han logrado adaptarse de manera óptima al entorno mediático contemporáneo, el cual se distingue por su constante dinamismo y evolución, a pesar de la creciente realidad que las envuelve. Por su parte, estas constataciones reflejan una brecha significativa entre el objeto de estudio y el escenario en el que operan, evidenciando la necesidad imperante de una respuesta más efectiva y acorde a los desafíos emergentes en la actualidad.

Palabras clave: *radio; internet; hipertexto; multimedia; interactividad.*

¹ Autor Principal

Innovation and convergence: the use of multidimensional tools in Ecuadorian online radio

ABSTRACT

The irruption of the Internet has triggered an unprecedented revolution in the field of mass media, introducing a scenario in which confusing and divergent concepts are explored. In this context, the radio has undergone a migration towards the digital ecosystem, which has created a highly propitious environment to enrich messages and content. Therefore, the main objective of this research was to carefully examine the degree of use of digital attributes in the construction of an innovative communicative discourse by Ecuadorian radio stations. To achieve this goal, a mixed methodological approach was adopted that combines a quantitative and qualitative perspective, consequently, the direct observation technique was used to examine in detail around 200 legally established radio stations nationwide. This methodical activity was applied in order to carry out a rigorous hierarchy of the information collected, as well as to capture the most relevant meanings. As a result of this exhaustive analysis, it was found that radio stations in Ecuador have not been able to adapt optimally to the contemporary media environment, which is distinguished by its constant dynamism and evolution, despite the growing reality that surrounds them. For their part, these findings reflect a significant gap between the object of study and the scenario in which they operate, evidencing the prevailing need for a more effective response and in line with the emerging challenges today.

Keywords: radio; Internet; hypertext; multimedia; interactivity.

Artículo recibido 05 Mayo 2023

Aceptado para publicación: 20 mayo 2023

INTRODUCCIÓN

La conectividad se ha convertido en una parte integral del día a día de los nuevos consumidores. Como señala Socelec (2017), vivimos en un mundo en constante cambio, donde se producen interacciones entre personas, personas y objetos, e incluso entre los propios objetos. Si bien la radio tradicional sigue siendo relevante, su utilización ha experimentado un cambio significativo. Como apunta Crettaz (2013), el centro de consumo de la radio se ha trasladado del hogar, que solía ser un lugar fijo y estable, a dispositivos como tabletas, computadoras y celulares, en un entorno en el que estos aparatos nos permiten estar informados y entretenidos mientras estamos en movimiento.

La radio presenta una destacada trayectoria y una perdurabilidad histórica notoria dentro del ámbito mediático global. A pesar de los vertiginosos cambios experimentados en los tiempos recientes, este medio de comunicación ha logrado resistir y perseverar, aunque sin duda alguna, ha tenido que reinventarse y adaptarse a las nuevas condiciones sociales y tecnológicas imperantes. Conforme a las palabras de González Conde (2010), el medio radiofónico ha sido objeto de un incesante proceso de perfeccionamiento, orientado a cumplir con las crecientes exigencias de la audiencia.

Puede decirse que la naturaleza multimedia e interactiva de la red amplía el espacio comunicativo entre una cadena de radio y su público. Además, internet se presenta como una ocasión para enriquecer las estrategias discursivas del medio radiofónico, desarrollar contenidos más personalizados e intensificar el diálogo con el grupo de oyentes que se identifican con un estilo particular de hacer radio (Martínez Costa et al., 2012, p. 167).

La reflexión sobre el papel de la radio en el entorno informático va más allá de simples ajustes técnicos, implica una reforma de gran envergadura en la misión y los elementos fundamentales de la radiodifusión. González Conde (2010) destaca que la transformación en la radio implica una renovación profunda del producto sonoro, lo cual conlleva un cambio sustancial en el lenguaje radiofónico al incorporar elementos multidimensionales, al tiempo que, esta mutación también tiene un impacto significativo en los hábitos e intereses de consumo.

En dicho ámbito, se plantean nuevos estándares, contenidos y sistemas comunes con el propósito riguroso de establecer las demarcaciones en el panorama de estudio. Por ende, de acuerdo con lo que menciona González Conde (2009), es necesario abordar de manera reflexiva y detallada el diseño tecnológico y programático, la expresividad y los nuevos sistemas y formatos interactivos. En este sentido, Jiménez Batista (2014) resalta que el hipertexto ha generado una revolución en la narrativa radiofónica al posibilitar discursos no lineales que admiten el análisis e interpretación de los códigos del mensaje a través de las mediaciones de la plataforma digital.

Jiménez (2009) destaca en su análisis una característica distintiva y altamente apreciada de Internet: la capacidad para combinar recursos de múltiples formatos. Esta cualidad de integrar elementos visuales y sonoros en un sistema multimedia amplía las posibilidades de navegación y exploración para los usuarios, ofreciendo una amplia gama de opciones a las estaciones. De igual forma, la interactividad es un elemento fundamental en la radio digital, transformando al oyente de un simple espectador a un agente activo, puesto que esta forma de comunicación personalizada admite la satisfacción de las preferencias y necesidades fragmentadas de cada usuario (García González, 2010).

La radio experimenta una transformación notable, adquiriendo nuevas características que la hacen versátil. En particular, se destaca su capacidad de ofrecer una experiencia auditiva asincrónica, bidireccional, multiformato e interactiva (Menduni, 2001). Esta evolución permite que las estaciones puedan expandir su alcance y adaptarse a los novedosos cambios en los hábitos de consumo mediático, garantizando su relevancia y continuidad en el panorama de la comunicación contemporánea. En la actualidad, las opciones de transmisión de audio son diversas y estas generan nuevas sociabilidades, brindando al consumidor mayor autonomía en sus elecciones. Algunos formatos destacados para acceder a contenidos de audio incluyen el *streaming*, las *webrádios*, las aplicaciones, la radio transmitida a través de WhatsApp; y los *podcasts*, que ofrecen contenidos segmentados (Ballesteros López y Martínez Matías, 2019).

Sin duda alguna, la tecnología juega un papel esencial y transversal, al proporcionar una amplia gama de posibilidades para la expresión, recepción y retroalimentación de los mensajes. En este sentido, se reconoce la importancia de la innovación como una norma imperante en todos estos ámbitos. En línea con esta

premisa, el tema central de la presente indagación se encamina en ese análisis exhaustivo del grado de aprovechamiento de los atributos digitales (hipertexto, multimedia e interactividad) en la construcción de un discurso comunicativo renovado por parte de las emisoras radiales ecuatorianas, reconociendo la importancia de adaptarse a las nuevas tecnologías y los recursos para mantenerse vigentes en un ecosistema en constante evolución.

En el caso de la radio online, esta utiliza la tecnología streaming que permite que el audio y el video se complementen con el fin de generar una transmisión en tiempo real. A través de un funcionamiento básico mediante computador se produce una transmisión de audio a un servidor en la web con un software de streaming, este audio no se queda alojado, sino que tiene la posibilidad de pasar continuamente para ser escuchado por cualquier persona en tiempo real, se tiene así una cobertura mayor y se llega a cualquier lugar del mundo (Cardona Bedoya y Vaca González, 2019, p. 179).

No se puede subestimar, entonces, la importancia de esta investigación en el ámbito de la convergencia digital. Varios autores han destacado la necesidad apremiante de modificar tácticas, productos y contenidos para realizar ajustes necesarios, con miras a mejorar constantemente y satisfacer las demandas del modelo de radio que está surgiendo en este contexto. De acuerdo con Merayo (2001), la llegada de Internet ha dado lugar a una transformación significativa en el ámbito radiofónico, una forma que se perfila como pieza fundamental y relevante en el panorama comunicacional del siglo XXI. La radio *online* abre las puertas a una experiencia única y enriquecedora, donde adquiere mayor visibilidad y se integra de manera revolucionaria. De esta forma, se posiciona como una herramienta que trasciende los límites de los medios masivos, permitiendo a los usuarios disfrutar simultáneamente de las ventajas de las ondas tradicionales y de las posibilidades tecnológicas que ofrece la web, a través de un discurso comunicativo renovado y, esencialmente, cautivador.

METODOLOGÍA

El presente estudio se basa en los principios de la metodología mixta, como plantean Hernández Sampieri et al. (2003), que armoniza de manera cuidadosa los enfoques cualitativo y cuantitativo. Esta combinación metodológica sólida y cohesionada permite aprovechar de manera sinérgica tanto el enfoque inductivo como el deductivo en la recolección de datos. En primer lugar, se llevan a cabo mediciones estadísticas exhaustivas para validar hipótesis e identificar patrones relevantes del objeto de estudio. Por otro, se realiza un análisis profundo de los fenómenos complejos desde una perspectiva social, con el objetivo de comprender su naturaleza intrínseca.

La técnica seleccionada para esta indagación es la observación directa, la cual se entiende como un procedimiento de análisis de la interdependencia de los comportamientos del fenómeno estudiado y facilita la estructuración de datos que forman una red de significados entrelazados (Postic y De Ketele, 2000). En el caso específico de esta investigación, que se enfoca en un examen de las plataformas web de las radios de Ecuador, se desarrolló una ficha de observación y que, según Arias González (2020), esta herramienta permite medir, analizar y evaluar situaciones extrínsecas e intrínsecas de personas, actividades y objetos específicos, basándose en una serie de criterios definidos con el fin de obtener la mayor cantidad de información posible.

Para su ejecución, se realizó una selección de muestra a partir de un universo compuesto por 480 radios legalmente reconocidas -hasta 2 021- por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación de Ecuador. Con base en el cálculo probabilístico y con un nivel de confianza del 95%, se determinó una muestra de 210 radios, que se distribuyó de forma proporcional entre las cuatro regiones geográficas que abarcan el territorio ecuatoriano. La ficha de observación se conformó mediante la estructuración de nueve indicadores (Figura 1), que permitió la implementación de elementos clave como la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, conceptos que habían sido debatidos en el capítulo previo, reconociendo su relevancia para el presente estudio.

Figura 1. Descripción de las variables de observación



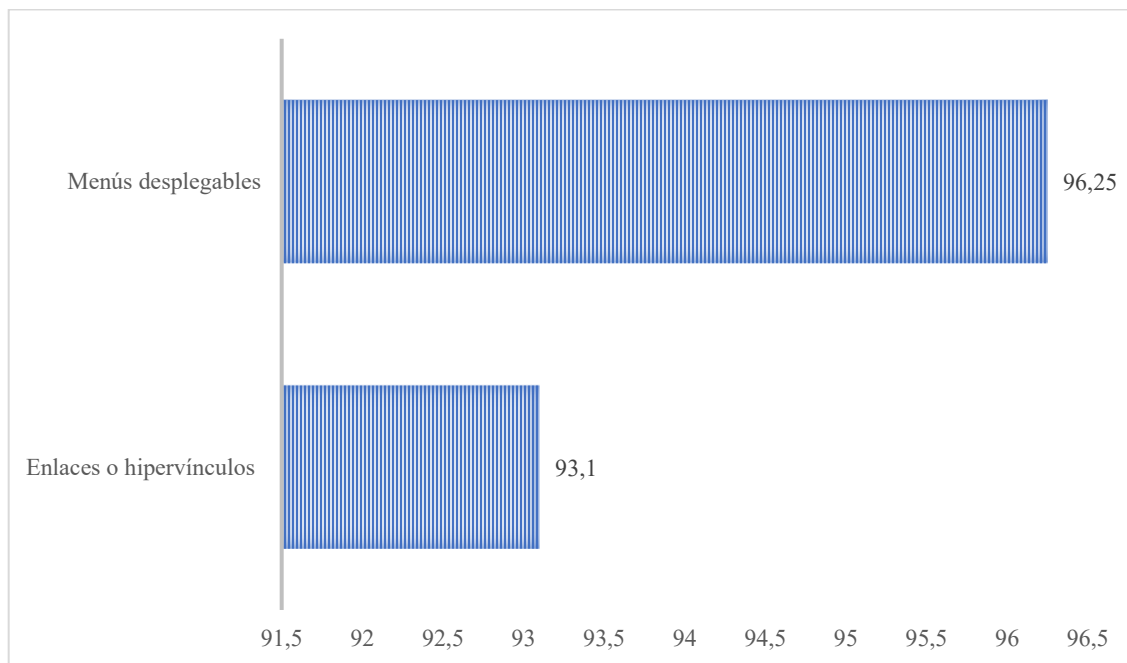
Fuente: Elaboración propia (2022).

De acuerdo con los detalles ilustrados, estas variables de investigación abarcaron un segmento específico del uso de la hipertextualidad, que se define como un entramado de conexiones y redes interconectadas que amplían las posibilidades de navegación del usuario. Es, además, importante destacar que se incorporaron los elementos distintivos de la multimedialidad, esta última que se configura como una fusión de diversos formatos y lenguajes informáticos. A más de asignar un apartado de estudio a la interactividad, como la capacidad del usuario de involucrarse de manera activa en el proceso comunicativo y ejercer una influencia en él, más allá de una experiencia puramente sensorial.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Después de realizar un riguroso análisis mediante la aplicación de una ficha de observación en las páginas web oficiales de la muestra seleccionada de 210 estaciones de radio de Ecuador, se lograron recabar los siguientes resultados, que posteriormente se visualizan de manera gráfica con el objetivo de facilitar su comprensión y estudio.

Figura 2. Hipertextualidad

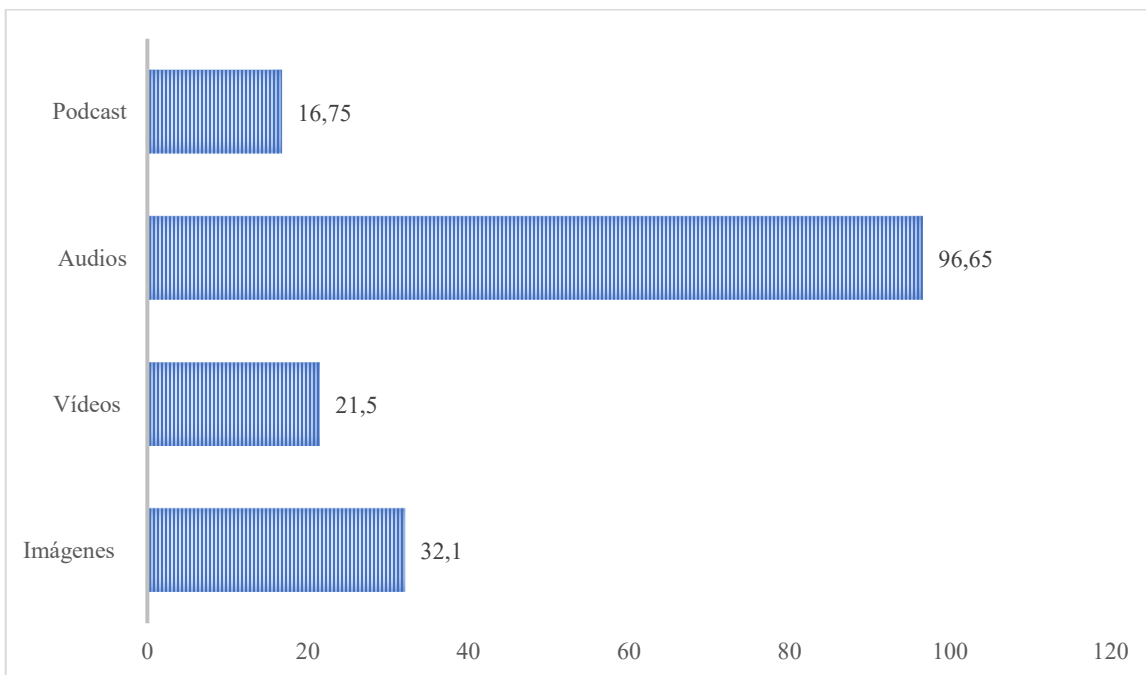


Fuente: Elaboración propia (2022).

Tras analizar los resultados, se ha constatado que, en un amplio porcentaje de casos, estas páginas presentan una red interconectada de información que se sustenta en la presencia de enlaces (93,1%) y menús desplegados (96,25%). Este enfoque, metafóricamente similar a un anzuelo cautivador, se ha revelado como un recurso altamente atractivo para los consumidores en su experiencia de navegación. No obstante, también se han reconocido enlaces rotos, lo cual representa un aspecto preocupante. Estos *links*, que no permiten acceder a información adicional, pueden desencadenar una experiencia negativa para los usuarios y actuar como un obstáculo.

Estos hallazgos subrayan la importancia de mantener una supervisión continua y un mantenimiento efectivo de las plataformas para garantizar una experiencia de usuario óptima y sin contratiempos. En general, este estudio revela la existencia de un modelo reticular de datos, sin embargo, esta realidad también plantea la necesidad de abordar de manera proactiva la calidad e integridad de los recursos expandibles, con el fin de evitar posibles inconvenientes y ofrecer un servicio de navegación enriquecedor y sin interrupciones.

Figura 3. Multimedialidad



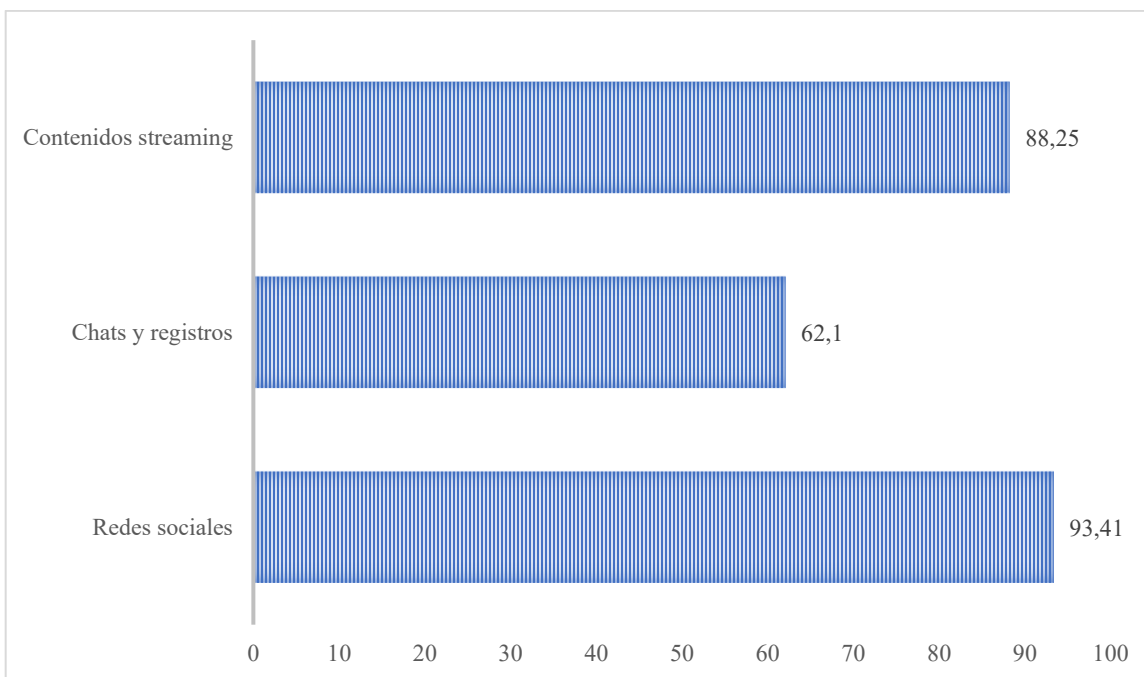
Fuente: Elaboración propia (2022).

Los resultados de la Figura 3 revelan un panorama sorprendente en relación con la utilización de recursos de vídeo por parte de las estaciones de radio. Apenas un modesto 21,5% de las estaciones ha aprovechado la capacidad de los recursos audiovisuales para estimular los procesos sensoriales y cognitivos de sus oyentes. Por su parte, un 32,1% de las radios ha logrado emplear herramientas visuales como imágenes, fotografías e iconos para generar un mayor interés y compromiso por parte de su audiencia. Es innegable que el formato sonoro sigue prevaleciendo de manera abrumadora en la experiencia radiofónica (96,65%), siendo difícil concebir una estación de radio sin su figura distintiva.

Los datos extraídos también plantean una realidad preocupante: solo un 16,75% de las radios del país ha incorporado *podcasts* en sus plataformas. Además, se ha identificado una falta de diversidad temática de este último recurso, lo que limita aún más su alcance e impacto. Estos hallazgos subrayan la urgente necesidad de que las estaciones de radio exploren entre las diversas oportunidades y amplíen su enfoque, aprovechando plenamente las alternativas multiformato. Es imperativo que las estaciones de radio se adapten a las demandas cambiantes de los consumidores y aprovechen al máximo el potencial de las

tecnologías para mantener su relevancia en un entorno cada vez más visual y digitalizado, aunque en términos generales, de acuerdo con la muestra estas radiodifusoras no expresan una disposición evidente para abandonar su zona de confort.

Figura 4. Interactividad



Fuente: Elaboración propia (2022).

En la actualidad, las redes sociales se han convertido en canales fundamentales para interactuar con las comunidades, brindando un intercambio inmediato de mensajes. Es alentador observar que las radios, en un 93,41%, han incorporado una sección dedicada a los *social media* en la estructura de sus sitios web, reconociendo la importancia de estas plataformas. Por su parte, la difusión de contenidos a través del *streaming* se ha posicionado como una característica representativa. Los valores indican que un 88,25% de las emisoras aprovechan esta tecnología para transmitir su programación de manera directa a través de Internet, sin requerir la descarga de aplicaciones específicas. Esta tendencia demuestra una adaptación efectiva al entorno digital, permitiendo a las audiencias acceder a la programación en tiempo real y disfrutar de una experiencia radiofónica fluida y conveniente.

Además, es relevante destacar que las radiodifusoras han destinado espacios para el registro y el chat con

sus audiencias, en un 62,1%. Sin embargo, se ha evidenciado la necesidad de mejorar la retroalimentación en términos de respuesta a los mensajes y la información inscrita. Estas manifestaciones subrayan la importancia de aprovechar tres pilares esenciales: las redes sociales como canales de interacción, la difusión de contenidos vía *streaming* para maximizar el alcance y el *feedback* para fidelizar a los usuarios.

CONCLUSIONES

La transición de la radio tradicional hacia el entorno digital representa un hito fundamental para fortalecer la comunicación mediante herramientas interactivas y contenidos multidimensionales que cautiven a las audiencias que están en búsqueda de una experiencia radiofónica enriquecedora y versátil. Aunque las emisoras ecuatorianas han ingresado al mundo digital, es evidente que están pasado por alto las posibilidades para ampliar y diversificar sus mensajes en este contexto.

A pesar de que las emisoras de radio en Ecuador han establecido su presencia en internet durante la última década, resulta evidente que la mayoría de ellas han focalizado sus esfuerzos principalmente en la transmisión de contenidos a través de plataformas de *streaming* de audio, y en menor medida, al vídeo, las imágenes, la iconografía y los mensajes segmentados. Al enfocarse en estas formas tradicionales, se ha descuidado la exploración de otras oportunidades y posibilidades que admitirían una diversificación y expansión de sus comunicaciones en el entorno digital.

Las plataformas de las radiodifusoras aún no han logrado alcanzar su pleno potencial como espacios efectivos de participación debido a la falta de intercambio de información y escasez de espacios de producción colaborativa, que va más allá de simples interacciones en redes sociales. La ausencia de una retroalimentación activa y una colaboración significativa limita la interacción enriquecedora entre las audiencias, desaprovechando así su potencial creativo y su valiosa experiencia. Sin duda, este obstáculo impide la formación de una auténtica comunidad, por lo que resulta crucial que las emisoras se enfoquen en el desarrollo de espacios participativos y fomenten la colaboración. Esto implica la implementación de herramientas interactivas y la creación de foros de discusión donde los beneficiarios puedan involucrarse activamente. De esta manera, se estimulará el intercambio de ideas y conocimientos, cultivando un grupo

sólido y comprometido con el medio.

Finalmente, la tecnología ha brindado novedosas oportunidades para enriquecer los contenidos de la radio, pero al mismo tiempo ha establecido nuevas reglas. Las emisoras tradicionales se han dado cuenta de la necesidad imperante de atraer tanto a la audiencia que se está desplazando hacia plataformas digitales como a los oyentes potenciales que son nativos digitales y prefieren consumir medios a través de dispositivos electrónicos. Esto ha generado una urgencia para que las estaciones aprovechen al máximo el potencial que ofrece el entorno digital. Para ello, es esencial que las emisoras se adapten rápidamente y desarrollen estrategias que cumplan con las demandas de la audiencia digitalizada. Evidentemente, el futuro de la radio está estrechamente ligado a la capacidad de las emisoras para adaptarse y aprovechar las oportunidades tecnológicas.

LISTA DE REFERENCIAS

- Arias González, J. L. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica para ciencias administrativas, aplicadas, artísticas, humanas*. Arequipa: Enfoques Consulting Eirl. <https://es.scribd.com/document/516640563/Tecnicas-E-Instrumentos-De-Investigacion>
- Ballesteros López, T., y Martínez Matías, G. (2019). ¡La radio vive! Mutaciones culturales de lo sonoro. Quito: Ediciones CIESPAL. https://ciespal.org/wp-content/uploads/2019/06/La_radio_vive.pdf
- Cardona Bedoya, J. M., y Vaca González, Y. C. (2019). Tendencias de la radio online como apoyo a la construcción de estrategias propias para el medio. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 17(34), 177-201. <https://doi.org/10.22395/angr.v17n34a9>
- Crettaz, J. (2103). Radios online: un fenómeno nuevo que se hace escuchar. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/radios-online-un-fenomeno-nuevo-que-se-hace-escuchar-nid1546747/>
- García González, A. (2010). Radio digital e interactiva. Formatos y prácticas sociales. *Icono Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 8(1), 133-146.
- González Conde, M. J. (2009). La radio en Internet. De la ciberradio a la radio a las redes sociales y la radio

- móvil. *Sphera Pública Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, (9), 277-280.
<https://www.redalyc.org/pdf/297/29713017017.pdf>
- González Conde, M. J. (2010). La ciberradio. Nueva alternativa de futuro para la radio. *Revista de Estudios de Juventud*, (88), 51-62. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3254518>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Jiménez Batista, R. (2014). Las características de la Ciberradio como campo de interpretación en la modernidad. *Ontosemiótica*, 1(1), 99-105.
https://www.researchgate.net/publication/315610633_Las_caracteristicas_de_la_ciberradio_como_campo_de_interpretacion_en_la_modernidad
- Jiménez, S. (2009). La radio en Internet. De la ciberradio a las redes sociales y a la radio móvil. *Enlace*, 6(1), 137-138. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1690-75152009000100011
- Martínez Costa, M., Moreno, E. y Amoedo, A. (2012). La radio generalista en la red: un nuevo modelo para la radio tradicional. *Anagramas* 10(20), 165-180.
<http://www.scielo.org.co/pdf/angr/v10n20/v10n20a12.pdf>
- Menduni, E. (2001) *Il mondo della radio. Dal transistor ai social network*. Il Mulino. Bologna.
- Merayo, A. (2001) Formación, nuevos contenidos y creatividad sonora: apuestas para un tiempo de incertidumbre tecnológica, en Martínez Costa, P. Et al. *Reinventar la radio*. Eunate. Pamplona.
- Postic, M. y De Ketele, J. (2000). *Observar las situaciones educativas* (3ª ed.). Madrid: Narcea.
<https://books.google.com/cu/books?id=V0wOQwHUngYC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Socelec, S. (2017). La conectividad y el internet de las cosas. *Energética XXI*, 41.