



Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Carrera Comunicación

**Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia
del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM**

Proyecto de investigación

Previo a la obtención del grado académico de:

Licenciados en comunicación

Autores:

Cruz Galarza Luis Fabrizzio

Rodríguez Vélez Luis Alfonzo

Tutor:

Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.

La Libertad – Ecuador

2024

Universidad Estatal Península de Santa Elena
Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud
Carrera Comunicación

**Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia
del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM**

Proyecto de investigación

Previo a la obtención del grado académico de:

Licenciados en comunicación

Cruz Galarza Luis Fabrizzio

Rodríguez Vélez Luis Alfonzo

La Libertad – Ecuador

2024

Índice general

Índice general.....	3
Índice de tablas	5
Índice de figuras.....	6
Declaratoria de responsabilidad.....	7
Dedicatoria.....	8
Agradecimientos	9
Certificado de aprobación del trabajo de titulación UIC	11
Tribunal de sustentación unidad de integración curricular	12
Resumen.....	13
Introducción	15
Planteamiento del problema.....	16
1.1. Antecedentes del problema de investigación.....	16
1.2. Formulación del problema de investigación.....	25
1.3. Preguntas de investigación	25
1.4. Objetivos.....	26
1.4.1. Objetivo general	26
1.4.2. Objetivos específicos	26
1.5. Justificación de la investigación	26
1.6. Hipótesis	27
1.7. Variables.....	27
1.7.1. Variable independiente: Hibridación radiofónica	27
1.7.2. Variable dependiente: Mediación.....	28
Marco teórico y conceptual.....	29
2.1. Conocimiento actual.....	29
2.2. Fundamentación teórica y Conceptual	31
2.3. Marco Legal.....	47
Marco metodológico	50
3.1. Enfoque de investigación.....	50
3.2. Tipo de investigación.....	50
3.3. Diseño de investigación.....	50
3.4. Alcance de la investigación	51
3.5. Operacionalización de las variables	52
3.6. Población, muestra y periodo de estudio	54
3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información	55
Análisis de resultados	56
4.1. Análisis cuantitativo: Encuesta.....	56
4.2. Análisis cualitativo: Entrevista.....	66

4.3. Análisis cualitativo: Observación.....	70
Discusión.....	72
5.1. Discusión de la encuesta.....	72
5.2. Discusión de la entrevista.....	75
5.3. Discusión de la ficha de observación.....	77
Conclusiones.....	79
Recomendaciones	81
Referencias.....	82
Anexos	89

Índice de tablas

Tabla 1	56
Tabla 2	57
Tabla 3	58
Tabla 4	59
Tabla 5	60
Tabla 6	61
Tabla 7	62
Tabla 8	63
Tabla 9	64
Tabla 10	65
Tabla 11	66
Tabla 12	70

Índice de figuras

Figura 1	56
Figura 2	57
Figura 3	58
Figura 4	59
Figura 5	60
Figura 6	61
Figura 7	62
Figura 8	63
Figura 9	64
Figura 10	65

Declaratoria de responsabilidad

Quien suscribe; **Luis Fabrizzio Cruz Galarza** con C.I. **2450329046**, y **Luis Alfonso Rodríguez Vélez** con C.I. **2450064254**, estudiantes de la carrera de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM**, corresponde exclusiva responsabilidad de los autores y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 28, de junio 2024.

Atentamente,



Cruz Galarza Luis Fabrizzio
C.I. 2450329046



Rodríguez Vélez Luis Alfonso
C.I. 2450064254

Dedicatoria

Esta tesis va dedicada para mi madre, Reyna María Galarza Murillo y mi padre, José Luis Cruz Pazmiño, los que están detrás de todo este proceso, a mis mascotas quienes lo son todo para mí. En especial, a mis familiares que desde el cielo se encargan de cuidarme. Mi abuela Irma Murillo, mi tía Rosa Galarza, mi tío Antonio Galarza y mi madrina Emma Santos, quienes no estarán presentes en vida, pero en mi mente y corazón siempre seguirán a mi lado.

Cruz Galarza Luis Fabrizzio

Dedico este logro a mis padres, Tamara Vélez y Wilmer Rodríguez, cuyo amor incondicional ha sido la fuerza motriz detrás de cada uno de mis éxitos. Ellos, con su guía y fortaleza, me han enseñado que los sueños se alcanzan con esfuerzo, dedicación y perseverancia. Agradezco profundamente su confianza en mí, su constante apoyo y las innumerables veces que creyeron en mis capacidades, incluso cuando yo dudaba. Sus enseñanzas sobre la importancia de la pasión y el trabajo duro han sido pilares fundamentales en mi vida.

A mis hermanos, quienes han sido mis compañeros incondicionales, mi fuente de alegría y un soporte constante en todo momento. Su apoyo ha sido esencial, ofreciéndome siempre una palabra de aliento, compartiendo risas en los momentos de felicidad y brindándome su hombro en los momentos difíciles. Ellos han estado a mi lado en cada paso de este camino, y su presencia ha hecho que este viaje sea mucho más llevadero y significativo.

Este logro no solo es mío, sino también de mi familia, quienes con su amor y compañía han contribuido inmensamente a que hoy pueda alcanzar este sueño. Con todo mi cariño y gratitud eterna, les dedico esto, sabiendo que, sin ellos, nada de esto habría sido posible.

Rodríguez Vélez Luis Alfonso

Agradecimientos

Agradezco a mis padres quienes siempre me han apoyado en todo este camino universitaria a pesar de todas las dificultades que tuvo. Ellos han sido mi gran motivación para lograr este objetivo.

También debo agradecer a todas esas amistades que hice a lo largo de estos 4 años de universidad.

Todas esas personas han sido parte de este proceso y todas me dejaron muchas enseñanzas que me ayudaron a mejorar, valorarme y madurar.

Por último, agradecer a esas amistades que se convirtieron en familia. Mey, Gin, Angie, Christopher, Edison, Diana, ustedes siempre serán una parte intrínseca en mi corazón, ustedes siempre serán lo mejor que me pudo pasar en la universidad.

Cruz Galarza Luis Fabrizzio

A mis queridos padres, gracias por su amor incondicional, que ha sido la base sobre la cual he construido mis sueños y metas. Su guía y sabiduría me han proporcionado la fortaleza necesaria para enfrentar cada desafío que se ha presentado en mi camino. Agradezco profundamente cada consejo, cada palabra de aliento y cada momento en el que han creído en mí, incluso cuando yo he dudado. Gracias por sus innumerables sacrificios, por trabajar incansablemente para ofrecerme las mejores oportunidades y por enseñarme el valor de la perseverancia y el esfuerzo. Su dedicación y compromiso con mi educación han sido invaluable, y sin su apoyo, este logro no habría sido posible. Agradezco también por ser mi refugio en los momentos difíciles, por brindarme su apoyo en los momentos de incertidumbre y por celebrar conmigo cada pequeño y gran éxito. Su amor y confianza han sido mi mayor motivación para seguir adelante.

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mis amigos que la universidad me ha dejado, quienes han sido fundamentales en este viaje académico y personal.

Gracias Zulema, quien conozco desde hace 8 años y la vida nos volvió a juntar en la universidad, gracias por tu amistad incondicional, gracias por estar siempre dispuesta a escucharme, por tus consejos y por compartir conmigo momentos de alegría y de tristeza. Tu amistad ha sido un pilar esencial durante estos 4 años. Gracias a ti amiga y a tu familia por abrirme las puertas de tu hogar,

gracias por la confianza que me brindan y el apoyo que me dan cada mañana antes de partir a la universidad, quedo eternamente agradecido con la familia Santos Suárez, que dios los llene de bendiciones y los cuide siempre. Gracias Lia por tu amistad durante todo este camino, nos conocimos en la presencialidad y a partir de ahí y con el pasar del tiempo te convertiste en una amiga incondicional. Gracias por estar siempre para escucharme, aconsejarme y acompañarme en esta etapa tan importante en mi vida. Gracias Jhon por ser el único amigo hombre que tengo en el curso, gracias por los consejos, las enseñanzas y los buenos momentos. Se que hemos tenido diferencias, tenemos diferentes criterios en ciertas cosas, pero, aun así, eres una parte esencial en mi vida y gracias por estar en todo este camino. A cada uno de ustedes, Zulema, Lia y Jhon, les agradezco de todo corazón por su amistad y por ser parte de este logro tan importante en vida.

Quiero agradecerles también a mis amigos del colegio Jessica, Karla y Angel, que sin importar el tiempo transcurrido siguen acompañándome en todo este camino, ellos son parte fundamental en mi vida, ellos son mis mejores amigos y por los cuales pondría la mano al fuego. Ellos me han acompañado en los momentos más difíciles, en los momentos de mucha alegría, ellos son mi pañuelo y el hombro donde siempre podré descansar. Gracias a ustedes estoy aprendiendo a crecer como persona, me han dado momentos y experiencias únicas que atesorare siempre en mi corazón, ellos son mis hermanos de otra madre, mis colegas, mis compinches y espero que la vida nos siga manteniendo juntos. Gracias por todo y me llena de alegría saber que me han acompañado en todo este proceso y a ustedes también les dedico este logro.

Y, por último, pero no menos importante quiero agradecer a la mujer que me acompañó durante un tiempo, quien formo parte de mi vida en su momento y aportó mucho en mi vida, me dio momentos y experiencia únicas. Gracias Meylin por alegrar mis días, eres una excelente mujer y una excelente no amiga, sé que siempre te lo digo, pero tiene un corazón muy lindo, no dejes que nada ni nadie cambie eso, te deseo lo mejor en tu nueva etapa y que dios te acompañe donde sea que vayas. Atesórate todas las vivencias buenas y malas que tuvimos, siempre las recordare con mucha alegría. Gracias, te llevare siempre en mi corazón y en su defecto te llevas un pedazo de él. Gracias Keru.

Rodríguez Vélez Luis Alfonso



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Certificado de aprobación del trabajo de titulación UIC

Proyecto de investigación

La Libertad, 01 de julio del 2024

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, Ph.D
Directora de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutor asignado por la carrera de Comunicación, informo a usted que los estudiantes **Luis Fabrizzio Cruz Galarza** con cédula de identidad No **2450329046**, y **Luis Alfonso Rodríguez Vélez** con cédula de identidad No **2450064254**, han cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad de los autores, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Ab. Arturo Clery Aguirre, PhD.
DOCENTE TUTOR
Trabajo Integración Curricular II
CI:0910759851
Correo Institucional: clery@upse.edu.ec

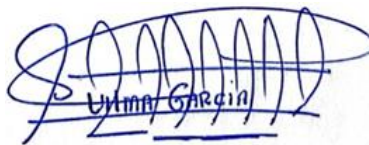
**ARTURO
GUILLERMO
O CLERY
AGUIRRE**

Firmado digitalmente por
ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE
Nombre de reconocimiento
(DN): cn=ARTURO GUILLERMO
CLERY AGUIRRE,
serialNumber=0910759851-020
224004204, ou=ENTIDAD DE
CERTIFICACION DE
INFORMACION, o=SECURITY
DATA S.A. 2, c=EC
Fecha: 2024.07.01 14:14:50
-05'00'
Versión de Adobe Acrobat
Reader: 2024.002.20857

Tribunal de sustentación unidad de integración curricular



Lic. Lilian Susana Molina Benavides,
PhD.
**DIRECTORA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



Lcda. Vilma Maribel García González, Mgtr.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



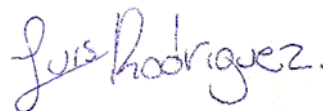
Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre,
PhD.
**DOCENTE TUTOR DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lcdo. Washington Oswaldo Dután, Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Luis Fabrizio Cruz Galarza
ESTUDIANTE



Luis Alfonso Rodríguez Vélez
ESTUDIANTE

Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM

Cruz Galarza Luis Fabrizzio
Código Orcid 0000-0003-4305-9347

Rodríguez Vélez Luis Alfonso
Código Orcid 0000-0003-3024-4260

Universidad Estatal Península de Santa Elena - Carrera de Comunicación

Resumen

La investigación titulada "Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa ‘Ola Informativa’ de Radio Salinas 103.3 FM" explora la interacción entre los medios tradicionales y las plataformas digitales en la comunicación con la audiencia. Este estudio se enfoca en el programa "Ola Informativa" de Radio Salinas, el cual utiliza tanto la señal FM como la página de Facebook para llegar a su público. El objetivo principal de la investigación es analizar el impacto de la hibridación radiofónica en la mediación con la audiencia, buscando entender cómo esta combinación de formatos influye en la recepción y participación de los oyentes. Para ello, se emplearon técnicas de investigación mixtas que incluyen encuestas, entrevistas y observación, facilitando un análisis integral de la interacción y retroalimentación obtenida a través de las transmisiones simultáneas en la señal de FM y en Facebook. Los resultados revelan que la retransmisión simultánea del programa "Ola Informativa" por la señal FM y Facebook ha mejorado significativamente la calidad del programa y ha fortalecido la conexión con la audiencia. Sin embargo, se identificaron áreas de mejora en la mediación del programa, sugiriendo que una estrategia más dinámica y accesible en las plataformas digitales puede aumentar la participación y el compromiso del público. La investigación proporciona recomendaciones prácticas para optimizar las estrategias mediáticas en entornos híbridos, asegurando una comunicación más efectiva y una audiencia más comprometida. Este estudio ofrece ideas valiosas para los medios de comunicación que buscan adaptarse y evolucionar en la era digital.

Palabras Clave: Hibridación radiofónica – mediación – audiencia – streaming – radio online.

Radio hybridization and the process of mediation with the audience of the program “Ola informativa” of Radio Salinas 103.3 FM

Abstract

The research entitled “Radio hybridization and the process of mediation with the audience of the program ‘Ola informativa’ of Radio Salinas 103.3 FM” explores the interaction between traditional media and digital platforms in communication with the audience. This study focuses on the program “Ola informativa” of Radio Salinas, which uses both the FM signal and the Facebook page to reach its audience. The main objective of the research is to analyze the impact of radio hybridization in the mediation with the audience, seeking to understand how this combination of formats influences the reception and participation of listeners. To this end, mixed research techniques including surveys, interviews and observation were employed, facilitating a comprehensive analysis of the interaction and feedback obtained through simultaneous transmissions on the FM signal and Facebook. The results reveal that the simultaneous rebroadcast of the program “Ola informativa” on the FM signal and Facebook has significantly improved the quality of the program and strengthened the connection with the audience. However, areas for improvement in the mediation of the program were identified, suggesting that a more dynamic and accessible strategy on digital platforms can increase audience participation and engagement. The research provides practical recommendations for optimizing media strategies in hybrid environments, ensuring more effective communication and a more engaged audience. This study offers valuable insights for media outlets looking to adapt and evolve in the digital age.

Keywords: Radio hybridization - mediation - audience - streaming - online radio.

Introducción

La evolución de los medios ha tenido como consecuencia una serie de transformaciones que han modificado la forma en que las personas consumen y participan en los contenidos informáticos. En este contexto, la hibridación radiofónica surge como una tendencia significativa, integrando la transmisión tradicional con plataformas digitales con el objetivo de incrementar la interacción y el alcance.

Radio Salinas 103.3 FM es un medio radial muy reconocido en la provincia de Santa Elena y también ha implementado la hibridación en su programación, contando con un contenido variado que es transmitido a través del dial y su página de Facebook. Uno de estos es “Ola Informativa”, programa informativo que es transmitido de lunes a viernes en el horario de 08h00 hasta las 12h00. En él, se informa sobre los hechos y acontecimientos que ocurren en el ámbito local y a nivel nacional, contando con entrevistas sobre diversos temas.

La interrogante que impulsó a realizar esta investigación fue ¿Cómo incide la hibridación radiofónica al proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola Informativa” de Radio Salinas? Duda que surge debido a que los medios radiales siempre han sido entes mediadores entre la ciudadanía y los gobernantes.

Por eso, esta investigación se centra en analizar el impacto de la hibridación radiofónica en el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola Informativa” de Radio Salinas 103.3 FM, con el fin de entender cómo la combinación de formatos y medios afecta a la recepción del público, así como la percepción del programa en el contexto mediático actual.

Para ello, la investigación se llevó a cabo bajo un enfoque mixto, de tipo pura con diseño no experimental, donde la población de estudio fueron los 139.000 seguidores de la página de Facebook y las demás aplicaciones que utiliza Radio Salinas 103.3 F, como YouTube, X, Instagram, etc. Las técnicas e instrumentos empleados para la recolección de datos fueron: las encuestas, las entrevistas y la ficha de observación.

La relevancia de este estudio radica en la importancia de comprender, cómo la integración de diversas plataformas influye en la conexión entre los medios y su audiencia, especialmente en un entorno local como el de la provincia de Santa Elena, donde la radio sigue siendo una fuente fundamental de información. Radio Salinas 103.3 FM, en su programación difundida tanto por el espectro radioeléctrico, como por la utilización del internet a través de las TICs, brinda un caso de investigación idóneo para explorar estas dinámicas.

Planteamiento del problema

1.1. Antecedentes del problema de investigación

Los medios de comunicación son de suma importancia en el desarrollo de una sociedad informada al contar los acontecimientos que afectan al país y a los sectores que lo conforman. A medida que ha avanzado el tiempo y debido al gran avance de la tecnología, los medios de comunicación han dejado de ser exclusivamente tradicionales, la radio puede ser escuchada y visualizada, las producciones de televisión pueden ser consumidas en diversos dispositivos y las noticias ya no tienen que esperar a ser vistas en la primera plana de los periódicos. Este proceso se conoce como hibridación de medios, y donde más ha influenciado es en la radio, puesto que en la actualidad las emisoras han realizado cambios tecnológicos para que sus contenidos se vayan adaptando al internet, sitio en donde transmiten simultáneamente sus programas y logran un mayor alcance e interacción con su audiencia.

De la misma forma, los medios de comunicación tienen la función de ser intermediarios de la información que transmiten los gobernantes, empresas públicas, organizaciones no gubernamentales, instituciones educativas, movimientos sociales, expertos en diversas áreas y las necesidades de los ciudadanos. Esta función se lo conoce como la mediación y es de suma importancia, puesto que si los medios no cumplen esta función habría una discordia comunicativa que no ayudaría al correcto desarrollo de la sociedad. La mediación se encuentra presente en todas las instancias de la vida, siempre estamos en constante comunicación, ya sea oral, escrita o gestual, donde también influye el factor cultural o donde se desarrollaron los intermediarios para el correcto entendimiento de ambos.

Teniendo estos conceptos claros y retomando el punto principal, surge la pregunta: ¿Cómo influye la hibridación radiofónica en el proceso de mediación? Aunque estos conceptos son válidos por separado para una investigación detallada, también pueden combinarse para abordar esta incógnita. Antes de profundizar en el tema, es crucial examinar las perspectivas de varios teóricos sobre estos términos.

La transformación de la radio a raíz de su integración del Internet y las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha tenido un profundo impacto en la industria y en la experiencia de los oyentes. Piñeiro-Otero (2015) afirma:

El inicio del siglo XXI marca una línea divisoria y también un punto de inflexión a partir del cual inicia uno de sus procesos de transformación más importantes: el salto cualitativo desde las emisiones offline hasta una oferta online (p. 48).

A partir de ese momento, la transición de los contenidos hacia el entorno en línea ha dado lugar a una nueva dimensión multimedia, lo que ha impulsado una mayor diversidad de ofertas, innovación en los formatos, modificaciones en las formas de consumo y la creación de una radio híbrida.

La radio en línea y la transmisión en tiempo real "streaming" permiten que las emisoras lleguen a audiencias globales a través de Internet. Las emisoras tradicionales han extendido su alcance en línea, y han surgido numerosas emisoras exclusivamente en línea. Marta-Lazo y otros (2021) afirman que "La radio ha cambiado mucho desde la última década del siglo XX tras su maridaje (combinación entre dos elementos) con Internet y las demás TIC" (p.21). La adaptación a estas tecnologías ha ampliado el alcance, la interactividad y la personalización de la experiencia de la radio, lo que ha transformado fundamentalmente la forma en que la gente consume contenido radiofónico.

Para hablar de la mediación de medios, sin duda alguna debemos hacer referencia al autor que dio origen a este estudio. Barbero (1987) afirma que "Las mediaciones son la articulación de las prácticas comunicativas y movimientos sociales, así como la diversidad de diferentes temporalidades y matrices culturales" (p.203). Tradicionalmente, el centro de atención siempre ha estado en los medios de comunicación, pero el autor hace énfasis en que la atención ya no se centra únicamente en los medios como entidades independientes, sino en cómo las prácticas comunicativas se entrelazan y se ven influenciadas por factores como los movimientos sociales y diferentes culturas. Este enfoque más amplio reconoce que la comunicación no ocurre únicamente a través de los medios, sino que está inserta en un contexto más amplio y complejo, que incluye dinámicas sociales, culturales y temporales.

A pesar de la antigüedad de su origen, la mediación sigue siendo un objeto de estudio de gran relevancia y vigencia en la actualidad. Márquez (2016), en su estudio sobre *La naturaleza de la mediación*, manifiesta que:

La mediación es un fenómeno universal de relación entre los seres vivos y su entorno. Es, por tanto, una función cuyo sistema en el que se origina se denomina medio. Como objeto complejo, el medio es físico y operacional a la vez, lo cual se expresa en sus

elementos constitutivos. De estos, el código es el elemento lógico y operacional por excelencia, pues su pertenencia al medio solo se produce mientras dure el mensaje, para cuya conformación resulta imprescindible (p.58).

Este término ha estado implementado en nuestra vida cotidiana en todo proceso comunicativo. La comunicación es un acto natural de la vida, un acto que ha evolucionado con el paso de los años, demostrando su importancia en las relaciones humanas. Asimismo, es la mediación. A medida que ha evolucionado la comunicación, la mediación también lo va haciendo. La evolución tecnológica ha sido una gran influyente en el proceso de entendimiento de la mediación.

Balsebre-Torroja y otros (2023) en su estudio *Radio crossmedia y radio híbrida: nueva forma de informarse y entretenerse en el escenario digital* realizado en España nos dice lo siguiente:

Los cambios han afectado incluso a la identidad de la radio porque la nueva configuración del medio, especialmente la migración de los contenidos al entorno online permite hablar ya de una dimensión multimedia y también de la PostRadio. Por eso, en el actual universo digital, la radio pierde parte de su esencia al incorporar rasgos de otros soportes (streaming y podcasting) y, por eso, se ha visto obligada a redefinir su papel como proveedor de contenidos para una sociedad mediática multisoporte y multipantalla, y en un escenario multimedia y transmedia, necesarios para dar respuesta a las exigencias de una audiencia cada vez más fragmentada y segmentada (p. 31).

Esta evolución ha forzado a la radio a redefinir su papel como proveedor de contenidos en un entorno mediático multisoporte y multipantalla, en un escenario multimedia y transmedia. Esta redefinición es necesaria para satisfacer las demandas de una audiencia cada vez más diversa y segmentada.

Kruzka-Ordóñez y Herrero-Gutiérrez (2020) desarrollaron la investigación *La coexistencia de la radio y las redes sociales en el proceso de convergencia mediática en España* con el objetivo de conocer el alcance de las radios españolas y medir la tasa de interacción que obtienen en redes sociales, a través de un análisis cuantitativo comparando el número de oyentes de las radios en señal abierta y en la cantidad de interacciones que obtenían en las redes sociales como Facebook y Twitter, actualmente conocida como X. En el artículo, los autores mencionan que:

La convivencia entre medios tradicionales y las plataformas de redes sociales ayuda a la generación de nuevas formas de consumo de contenidos, atrayendo a las audiencias que se segmentan y acentúan como parte del proceso de integración de medios. Dando lugar a un mercado diversificado de opciones en información y entretenimiento (p. 6).

Actualmente, la mayoría de las radios tradicionales han adaptado su programación y se han ampliado gracias al uso de las redes sociales, especialmente Facebook, debido a las posibilidades que ofrece esta red social. Este método posibilita a los medios radiales un mayor alcance de audiencia y la implementación de recursos visuales para que la transmisión de la información.

No obstante, Yaguana-Romero y otros (2021) en su estudio *La gestión de la radio por internet de Ecuador*, nos dice lo siguiente:

La radio se va adaptando e involucrando en los entornos digitales, aprovechando las ventajas y nuevos formatos que el mundo digital ofrece y combinando lo sonoro con lo visual. Los nuevos paradigmas existentes como las redes sociales, la realidad virtual o el 3D no solo sirven de oportunidades para la radio, sino para todos los medios tradicionales que quieren ampliarse a lo digital (p.1209).

Estos avances no solo benefician a la radio, sino también a otros medios tradicionales que buscan expandirse hacia el ámbito digital. La radio está demostrando su capacidad de adaptación y su disposición a utilizar las herramientas digitales para seguir siendo una parte fundamental del panorama mediático actual.

Sevillano-Ortiz (2021) desarrolló la investigación *Transición de las radios tradicionales a radio on-line en el cantón Guayaquil* con el objetivo de conocer cómo se desarrolla la transición de la radio tradicional a on-line en el cantón Guayaquil. Aplicó un diseño de investigación no experimental de tipo explicativo y descriptivo. La investigación consta de dos variables. La primera de ellas son la transición de las radios tradicionales, compuesta por cuatro dimensiones: digitalización, interactividad, inmediatez, convergencia mediática y la segunda variable, consumo radial de los habitantes de Guayaquil que está conformada por 3 dimensiones: emisora de radios, redes sociales, página web. Aplicó un muestreo no probabilístico, encuestando a 100 personas con un rango de edad de 16 a 75 años del cantón Guayaquil, ya sean zonas urbanas o rurales. El estudio da a conocer la importancia de la hibridación radial concluyendo lo siguiente:

La transición de las radios a lo digital ha sido gradual e impulsada por el apoyo de la audiencia a esta modalidad debido a que permite la interacción directa, la demanda de los oyentes a la flexibilidad y personalización en la programación. Aunque aún existen personas que prefieren mantener la radio en lo tradicional argumentando la importancia de preservar la esencia de las emisoras, la mayoría reconoce la necesidad de adaptarse a los cambios para mantener la relevancia (p. 84).

Los medios radiales se van adaptando a las necesidades y demandas de sus audiencias, algo que la hibridación les ha permitido tener contacto más estrecho a las necesidades y sucesos que los rodean. Esto resulta en un beneficio para los medios radiales debido a la posibilidad de mantener a su audiencia tradicional y atraer a nuevos oyentes en su espacio online.

A nivel local no se logró encontrar estudios relacionados con la hibridación radiofónica, por ese motivo se continuó en la búsqueda de estudios internacionales y nacionales. Quijano-Castillo y otros (2021), en su estudio *Convergencia digital en la radio bumanguesa: aspectos técnicos, lenguaje y plataformas digitales* realizado en Colombia, nos dice lo siguiente:

Hace algunas décadas era común que en cualquier casa estuviera prendida la radio para escuchar música, noticias u otro tipo de contenidos de entretenimiento, pero con la llegada de la revolución tecnológica esta costumbre se ha ido perdiendo y la radio tradicional o analógica ha perdido importancia, esta problemática tiene una solución y es hacer un buen uso de las redes sociales (p. 218).

Las redes sociales pueden desempeñar un papel importante en la revitalización de la radio y en la adaptación de esta forma de medios a las tendencias actuales de consumo de contenido, ayudando así a preservar su relevancia en la sociedad digital actual.

En este sentido, y de acuerdo con lo mencionado en el párrafo anterior, Piedra-Abril y Rincón del Valle (2023) en su estudio llamado *Transformación de la radio análoga a digital de Cuenca* mencionan lo siguiente:

Las radios están constantemente transformándose para explorar nuevos formatos y cómo difundirlos. Existen medios radiales que adaptan sus contenidos a redes sociales y otros que buscan alternativas como subir sus programas completos y fragmentos destacados a su página web o crear aplicaciones para dispositivos móviles donde se pueda sintonizar la transmisión FM. Esto les permite tener más cercanía con los radioescuchas más jóvenes,

quienes aprecian poder acceder al contenido desde sus teléfonos y hacen posible la evolución de la audiencia local a un público global (p. 28).

Es importante que los medios radiales se mantengan constantemente actualizados a los nuevos formatos que van a aparecer para que no se estancuen. La constante innovación es el punto más importante actualmente para que las radios logren mantenerse como un medio de comunicación relevante ante la competencia que tienen con las nuevas formas de informarse.

Garcés-Montoya y Acosta-Valencia (2019) en su estudio denominado *Periodismo comunitario: apropiación, mediación y transferencia de medios. Diálogo de saberes entre academia y colectivos de comunicación* realizado en Medellín, Colombia, manifiesta lo siguiente:

Mediar la comunicación a través de la producción es un espejo en el que los miembros de la comunidad pueden ver sus experiencias, miedos y sueños; la forma en que actúan y reflejan la realidad; también es un espejo que no solo capta y preserva las experiencias vividas de la comunidad. Además, permite mapear futuros posibles a partir de una comprensión del presente que muestra huellas de caminos no iluminados, pero que es viable una vez socializado (p.830).

La producción de contenido comunicativo es una forma de emplear la mediación, a través de estos se pueden demostrar realidades donde la audiencia puede llegar a identificarse y sentirse más atraídos o preferencia hacia el medio de comunicación. Esto es de vital importancia, pues recordemos que la función de los medios de comunicación es ser el ente mediador comunicativo entre las entidades gubernamentales y la sociedad.

Los enfoques sobre mediaciones en los estudios latinoamericanos van más allá de la mera observación de la cultura transmitida por los medios, su verdadera influencia está en el cambio cultural que generan y potencian. Según Mena-Méndez (2015) en su investigación denominada *Mediaciones y medios de comunicación pública local: una mirada desde Cumanayagua*, realizada en Cuba, nos dice lo siguiente:

La esencia de los enfoques sobre mediaciones en los estudios latinoamericanos es consciente de que la envergadura cultural de los medios no se halla en la cultura-contenido que difunden, sino en el cambio cultural que ellos catalizan y potencian, es conocer el valor real de transformación y producción social de las mediaciones (p.109).

Más allá del contenido específico que difunden, se reconoce en ellos un poder transformador y productor de significado en la sociedad. Comprender la esencia de estas mediaciones implica adentrarse en su capacidad para catalizar procesos de cambio y para influir en la producción de conocimiento y valores en el contexto latinoamericano.

El enfoque de las mediaciones se ha expandido más allá de la esfera de los medios de comunicación para abarcar la interacción entre diversas prácticas comunicativas, movimientos culturales y estructuras sociales. Según Ríos-Hernández y otros (2022) en su estudio *La competencia mediática en Latinoamérica: usos de YouTube e Instagram por parte de estudiantes universitarios en Colombia, Ecuador, Argentina y Bolivia* nos dice lo siguiente:

Se desplazan las mediaciones de los medios a la articulación entre prácticas comunicativas, movimientos culturales, matrices sociales y dicen que todas las instituciones normativas, ya sean escuela, familia, medios de comunicación masiva, son mediadoras en los procesos sociales y culturales. Lo que permite comprender la relación entre sistema social y sistema de comunicación, es la mediación (p. 247).

Al expandir nuestro entendimiento de las mediaciones más allá del ámbito exclusivo de los medios de comunicación, hacia la intersección de prácticas comunicativas, movimientos culturales y estructuras sociales, se ha revelado la complejidad y la profundidad de la mediación en la configuración de nuestra realidad social y cultural. Comprender la mediación en su amplitud permite apreciar la interconexión dinámica entre las diversas fuerzas que dan forma a nuestra experiencia colectiva y nos incita a explorar continuamente cómo estas interacciones moldean nuestra comprensión del mundo que nos rodea.

En la comunicación mediática, la mediación emerge como un fenómeno que atraviesa el proceso comunicativo entre los medios de comunicación y su audiencia. Este fenómeno se centra en los llamados medios de comunicación masiva y revela la interacción dinámica entre los emisores y receptores. Según Canseco-Rojano (2014) en su investigación *Medios Masivos de Comunicación, Mediatización y Discurso Político: equidad y su impacto en la democracia*, realizada en México, nos dice lo siguiente:

La mediación es un fenómeno que ocurre en el proceso de comunicación que se realiza entre los medios, como emisores y su audiencia, los receptores. Corresponde a un proceso característico de los así llamados medios de comunicación masiva y se relacionan con la incidencia que los mensajes emitidos por estos medios tienen sobre sus receptores (p. 11).

La mediación en la comunicación mediática representa un punto crucial de encuentro entre los medios de comunicación y su audiencia. Este fenómeno destaca la importancia de comprender cómo los mensajes emitidos por estos medios influyen y moldean las percepciones, opiniones y comportamientos de quienes los reciben.

No obstante, Medranda-Morales (2020) en su estudio *La comunicación: De la mediación a la generación de conocimiento* realizado en Ecuador, nos dice lo siguiente:

Los medios de comunicación y los comunicadores deben ser portadores de mensajes y deben contribuir y colaborar para facilitar la asistencia entre los ciudadanos y la sociedad. En este sentido, es necesario reiterar que la relación entre los medios y los destinatarios de la información debe ser más estrecha. Un comunicador debe ser un intermediario que no solo actúe como mensajero entre la organización y la sociedad, promoviendo el cambio social, sino que también debe ser capaz de articular los intereses de ambos grupos y eliminar los obstáculos que puedan existir en la comunicación (p.21).

Desde esta perspectiva, la mediación no solo es quien está en el medio de la comunicación entre organización y sociedad, no es un simple mensajero que recibe la información y la réplica como perico. La mediación que realizan los medios de comunicación va mucho más allá de eso, buscan no solo informar, sino que son los encargados de eliminar esa barrera que dificulta la comunicación, los que deben enlazar las necesidades de ambos grupos para que sea más fácil llegar a un acuerdo mutuo.

En una búsqueda exhaustiva sobre estudios que hablen de la mediación de medios a nivel local, no se encontró ningún artículo o tesis referente a este tema. Por lo tanto, Moreira-Delgado (2020) en su artículo sobre *Roles y funciones de periodistas y medios de comunicación, como métodos de motivación profesional, en la sociedad del conocimiento* realizado en Manabí, Ecuador dice:

La comunicación puede verse como un proceso definido por tres momentos principales: interacción, significado y mediación. Estos tres momentos indican la presencia (interacción) de actores cuyo propósito es construir y difundir significados y representaciones de la realidad (significado), y estas acciones a su vez están mediadas a través de diversas entidades creadas culturalmente (intermediarios), como la tecnología; sociedad, organizaciones políticas y económicas, ideologías, etc. En el ámbito de la comunicación se combinan todos los ámbitos de la vida social, y se crea la interacción

como escenario de mediación y al mismo tiempo como eje de mediación para la formación de las relaciones sociales. Por lo tanto, esta posición implica una comprensión de la necesidad de construcción de significado en el proceso de comunicación, así como la interpretación constante de este proceso (p.476).

La mediación emerge como un elemento crucial que articula la relación entre producción y consumo, revelando una profunda dependencia mutua entre los dos. Esta interdependencia forma una simbiosis en la que cada lado encuentra su propósito en el otro.

La mediación por este autor es definida por tres momentos. Para que exista mediación debe intervenir la interacción, entendida como los actores que forman o difunden significados; estos pueden ser los periodistas. El significado se entiende como el lugar por donde van a ser transmitidas las representaciones de la realidad; por consiguiente, se deduce que son los medios de comunicación. Las mediciones son las formas en las que va a ser receptado el mensaje, por esa razón se refiere a los medios tecnológicos como los factores culturales. Aterrizando esto al contexto del estudio y acogiendo la idea de la comunicación utiliza todos los espacios de interacción, la mediación no es más que el producto de la interacción de estos factores sociales que ayudan a la construcción de relaciones sociales entre quienes forman parte del medio radial y la audiencia de este.

Díaz-Pomar (2019) en su investigación *Crítica a De los medios a las mediaciones de Martín Barbero o sobre la necesidad de dialogar con Stuart Hall*, realizado en Quito, Ecuador nos menciona que:

La mediación es un tipo de relación de la que se evidencia la dependencia mutua entre producción y consumo, cada lado es indispensable para el otro, y la mediación es teológica porque cada lado encuentra su fin en el otro, lo que no significan que sean idénticos (p.43).

Esta relación revela una dependencia mutua en la cual cada lado encuentra su propósito en el otro, lo cual se describe como teológico. Aunque los roles de producción y consumo no son idénticos, su conexión es esencial para lograr una relación equilibrada y funcional en el contexto de la mediación. Esta dinámica resalta la interdependencia y la complementariedad relacionadas con la mediación como un medio efectivo de interacción entre diferentes aspectos de la actividad humana.

El estudio se llevará a cabo en la provincia de Santa Elena, que cuenta con tres cantones: Salinas, La Libertad y Santa Elena. Tiene una población de 385,735 habitantes, según datos del último censo realizado en el año 2022. El tiempo estimado para el estudio es de 4 meses, iniciando el 8 de abril del 2024 y finalizado el 28 de junio del 2024, considerando que es el tiempo necesario para la elaboración de la investigación.

Los implicados para obtener dicha información son los seguidores de la página de Facebook del medio de comunicación Radio Salinas 103.3 FM que viven en la provincia de Santa Elena, debido a que es la audiencia que consume el contenido informativo de dicho medio. A su vez, el estudio es de suma importancia, pues este es el primero en relacionar ambas variables dentro de la provincia y también será un gran aporte para los medios de comunicación y la comunidad científica del país.

1.2. Formulación del problema de investigación

El programa “Ola informativa” es un programa de carácter informativo del medio de comunicación Radio Salinas. Este, al igual que varios de los programas del medio, han pasado a una modalidad híbrida que le permite ser escuchado por la frecuencia a través del espectro radioeléctrico y aplicaciones de internet como YouTube, página Web y redes sociales. Radio Salinas hasta el momento no está aprovechando todas las posibilidades que le brinda la hibridación para el programa “Ola Informativa” para ejercer su rol de mediador con la audiencia, debido a que solo utilizan su página de Facebook para la retransmisión del programa radial. Por este motivo, surge la siguiente interrogante:

¿Cómo incide la hibridación radiofónica al proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola Informativa” de Radio Salinas?

1.3. Preguntas de investigación

- ¿Cuál es el impacto de la hibridación en el formato del programa “Ola Informativa”?
- ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de mediación entre la audiencia y el programa “Ola Informativa”?
- ¿Cómo se puede mejorar la mediación del programa “Ola Informativa” en su modalidad híbrida en Facebook para fortalecer la conexión con el público y lograr ampliar su audiencia de manera eficiente?

1.4.Objetivos

1.4.1. Objetivo general

- Analizar el impacto de la hibridación radiofónica en el proceso de mediación con la audiencia del programa 'Ola Informativa' de Radio Salinas, con el fin de comprender cómo esta combinación de formatos y medios influye en la recepción y participación de la audiencia.

1.4.2. Objetivos específicos

- Analizar la hibridación del programa "Ola Informativa" de Radio Salinas, centrandose en los aspectos técnicos y operativos de la retransmisión simultánea por la señal dial 103.3 FM. y la página de Facebook.
- Evaluar la interacción y retroalimentación obtenido a través de la transmisión del programa en la página de Facebook, mediante la participación de la audiencia, la calidad de la comunicación, y los mecanismos utilizados para fomentar la participación.
- Describir un monitoreo de la modalidad híbrida del programa “Ola Informativa” en la página de Facebook, para identificar como el programa realiza la mediación con su audiencia con el fin de asegurar una conexión más sólida y significativa con el público.

1.5. Justificación de la investigación

La hibridación de los medios ha representado un gran cambio en los medios de comunicación y sus procesos de interacción con la audiencia. La televisión, radio y periódicos se han expandido gracias al avance tecnológico y la inclusión de las redes sociales, haciendo que sus contenidos tengan más alcance y a su vez esto pueda generar una facilidad en el consumo de contenidos informativos. La hibridación, a pesar del factor mencionado anteriormente, hace cuestionar sobre si realmente se da de manera correcta estos procesos de interacción entre el medio con su audiencia y si esto afecta su rol de mediador.

Radio Salinas 103.3 FM es el medio ideal para realizar el estudio, debido a que cuenta con frecuencia radioeléctrica, página web y fan page en redes sociales donde retransmiten su programación. Asimismo, ha expandido sus contenidos con la redacción de noticias y reportajes en vivo de los acontecimientos que suceden en la provincia de Santa Elena. “Ola Informativa” es uno de los varios programas con los que cuenta el medio y que se transmiten a través del dial y Fan Page de Facebook. Este es de carácter informativo donde se comunican los hechos noticiosos de toda la provincia de Santa Elena y el país.

La investigación es crucial para comprender cómo los medios de comunicación pueden evolucionar y adaptarse en la era digital. A medida que la audiencia demanda formas más dinámicas y accesibles de consumir información, es esencial analizar si los procesos de interacción entre el medio y su público se llevan a cabo de manera efectiva y correcta. Esta investigación es especialmente relevante porque permitirá evaluar si la hibridación de medios realmente fortalece la relación entre los oyentes y el medio, o si, por el contrario, introduce desafíos que comprometen su papel de mediador imparcial. Al entender estos aspectos, se podrán identificar estrategias efectivas para mejorar la participación y la confianza del público, beneficiando tanto a los oyentes como a los medios de comunicación.

Los resultados de esta investigación tendrán como beneficiario directo al sujeto de estudio, el medio de comunicación Radio Salinas 103.3 FM y su programa "Ola Informativa", debido a que las sugerencias planteadas serán basándose en lo que se observó dentro de la misma. Sin embargo, los resultados podrían ser empleados por otros medios de comunicación que presenten la misma problemática. Lo que se desea lograr es que este estudio sirva de ayuda para que los medios de comunicación analicen y mejoren sus métodos en la hibridación de sus contenidos para así incrementar su audiencia en plataformas digitales y la interacción, fortaleciendo así su espacio de mediación a través de la web.

1.6. Hipótesis

La hibridación que se utiliza en el programa "Ola Informativa" de Radio Salinas 103.3 FM mejora la participación, al proporcionar múltiples plataformas de interacción más directa entre los oyentes y el medio, en comparación con las transmisiones tradicionales generando una mayor confianza en el contenido informativo ofrecido.

1.7. Variables

1.7.1. Variable independiente: Hibridación radiofónica

La primera de las variables a estudiar en la presente investigación es la hibridación radiofónica. Este término habla que la radio ha experimentado una nueva vivencia a través del internet, lo cual ha transformado la forma en que consumimos contenido sonoro. La radio por internet no solo alberga las características distintivas del lenguaje radiofónico tradicional, sino que también brinda una solución sin precedentes en el acceso y distribución de programas. Para Espada (2022):

Las transformaciones en el ámbito de las plataformas de distribución se producen por la convergencia de dispositivos con acceso a internet que permiten el consumo de contenidos radiofónicos. La radio, entonces, toma a internet como otra plataforma de distribución complementaria del aire o exclusiva, como en el caso de las radios online y a través de esta tecnología accede a una amplia gama de dispositivos (p. 54)

La radio en línea ha transformado el panorama de la difusión sonora, adaptándose a las demandas de la era digital y brindando una opción flexible y accesible tanto para los creadores como para los oyentes. Dado que se fusionan las características tradicionales del lenguaje radiofónico con las ventajas tecnológicas del streaming y la descarga, esta estrategia ha logrado ampliar su alcance y mejorar la experiencia de los usuarios.

1.7.2. Variable dependiente: Mediación

La segunda variable para estudiar en la investigación es la mediación, la cual es uno de los procesos que realizan los medios de comunicación, actuando como ente mediador entre la ciudadanía y los gobernantes. Ortiz-Crespo (1998) en su artículo llamado *De los medios a las mediaciones o las preguntas por el sentido* menciona que:

Martín Barbero concibe las mediaciones como la herramienta para salir del dualismo epistemológico porque sirven para explicar y comprender. Las mediaciones entonces son articulaciones entre las prácticas de comunicación y movimientos sociales vistos como lugar en el que se produce el sentido de los usos, diferentes temporalidades y pluralidad de matrices culturales (p. 65).

La mediación es una herramienta que se encuentra presente en todo momento. Esta la encontramos en la comunicación diaria que se entabla con otro individuo, hasta la actualidad donde los métodos comunicativos no requieren de la presencia de ambos individuos en el mismo lugar. En los medios de comunicación, la mediación pasa a ser parte indispensable debido a que son el nexo que une el estado y sus gobernados.

Marco teórico y conceptual

2.1. Conocimiento actual

La radio es uno de los medios de comunicación más antiguos que aún se mantiene vigentes con el pasar de los años, pero también uno de los que más cambios a experimentado debido a la llegada del internet y las nuevas tecnologías. Infante-Pineda (2018), en su libro *Vivir la radio: empresa, tecnología y audiencia*, afirma lo siguiente:

El sector radiofónico es consciente de que la radio entendida como hasta ahora tiene fecha de caducidad, lo que supone una transformación de la comunicación radiofónica desde el punto de vista de la difusión, la producción y el consumo. En pleno contexto digital, la radio, uno de los medios de comunicación más antiguos en nuestro país, ha de hacer frente a muchos retos, uno de los principales es la potente producción de contenidos en la red que le hacen competencia ante un modelo analógico obsoleto (p.17-18).

La radio está experimentando una transformación importante en su paisaje mediático actual, donde la convergencia de medios no solo redefine los procesos internos de las emisoras, sino que también introduce dinámicas competitivas cambiantes. La adaptación a estos cambios se presenta como algo esencial para la radio, que debe encontrar formas innovadoras de enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades surgidas en este entorno convergente y dinámico.

Parte crucial de esta transformación que experimentan las radios es la pandemia. Suntaxi-Andrade (2023) en su artículo llamado *Inclusión de nuevas herramientas digitales en la comunicación comunitaria: comunas de Olón y Cadeate, provincia de Santa Elena, Ecuador* menciona que “con la aparición de la pandemia, las tecnologías han tenido protagonismo en diferentes áreas, tanto sociales, humanísticas, científicas, académicas, y en el ámbito de la comunicación. Los medios tuvieron que adaptarse y reinventarse” (p. 216). De este modo, varios medios radiales que aún se mantenían transmitiendo sus programas a través de la señal analógica, tuvieron que adaptarse al formato digital para poder continuar con sus labores periodísticas y de entretenimiento.

En ese sentido, Galarza-Ligña y otros (2022) mencionan que “los entornos digitales hacen que exista una hibridación en los formatos radiales, incluso atraen una mayor presencia de espectadores en la construcción del mismo programa radial” (p.99). La hibridación que experimentan los medios radiales hace que puedan ampliar las posibilidades para crear

contenidos y logra una relación más cercana con la audiencia al tener interacciones instantáneas con los mismos.

La mediación de medios de comunicación es un tema amplio, pero podemos entender que los medios cumplen un rol importante como intermediarios informativos entre autoridades y la ciudadanía. Otra conceptualización de la mediación la aportan Benito-Cabello y Sánchez-Leyva (2019), que mencionan:

La mediación se refiere a la habilidad de determinadas entidades de estructurar nuestra percepción del mundo. Estas entidades producen una serie de mensajes que actúan como mediadores entre el individuo y el entorno, influyendo en la forma en que el sujeto ve la realidad social. En otras palabras, el uso de palabras crea universos simbólicos y afecta la forma en que organizamos nuestra experiencia del mundo. Estos discursos subyacentes deben encarnarse en y entre ellos a través de un medio físico, y la forma de ese medio puede variar. La tipografía es un ejemplo (p.138).

La mediación es parte fundamental de los medios de comunicación y con esta pueden crear una percepción de la realidad basándose en lo que deseen comunicar. Inclusive es una función que el medio ejerce para aumentar su credibilidad y reputación hacia la audiencia por la forma en la que ejerce su rol de intermediario. La importancia de lo mencionado por los autores radica sobre el medio físico, la necesidad de la existencia de uno para que la mediación tenga sentido.

La teoría de la mediación se caracteriza por ser un ámbito emergente en las ciencias sociales, brindando una perspectiva fresca y profunda acerca de la producción, difusión y empleo de la cultura en las sociedades actuales. Dado que se centra en los modelos culturales y sus funciones, esta teoría revela los procesos mediante los cuales la información se transmite y se convierte en un instrumento de poder y control en manos de aquellos que buscan controlar. Silva-Pertuz y otros (2020) nos dicen lo siguiente:

La teoría de la mediación ofrece un nuevo objeto para las ciencias sociales, a saber, el estudio de la producción, transmisión y utilización de la cultura, a partir del análisis de los modelos culturales y de sus funciones. Comprender las formas en que se transmite la información resulta necesario, cuando la cultura se utiliza como un procedimiento de dominación (p. 159).

La teoría de la mediación emerge como un enfoque esencial en el análisis de la dinámica cultural y social contemporánea. Al poner énfasis en la producción, transmisión y utilización de la cultura, a través del examen minucioso de los modelos culturales y sus funciones, esta teoría nos proporciona una lente crítica para comprender cómo se forjan y mantienen las relaciones de poder en la sociedad.

2.2. Fundamentación teórica y Conceptual

Hibridación Radiofónica

La tecnología ha avanzado a pasos agigantados en los últimos años haciendo de esta un recurso indispensable para la vida diaria. Clery y otros (2019), en su artículo llamado *Pharming y Phishing: Delitos Informáticos Penalizados por la Legislación Ecuatoriana*, mencionan que:

El uso de las tecnologías es prácticamente inevitable en la actualidad, el mundo en el que vivimos está profundamente inmerso en el uso de este recurso al que todos tenemos acceso directa o indirectamente. Independientemente de la nación del mundo de la que provengamos tenemos derecho a utilizarlo (p. 672).

El acceso a recursos tecnológicos se ha visto facilitado debido a la rápida evolución de los mismos. Dicha evolución tecnológica se encuentra estrechamente ligada a los medios de comunicación quienes se han adaptado y llevado su programación a una hibridación, donde transmiten sus contenidos de manera tradicional a través de los equipos analógicos, y a través de internet con la implementación de páginas web y redes sociales.

El medio radiofónico ha destacado por su inmediatez y continuidad, ofreciendo información en tiempo real y estableciendo una conexión directa con los eventos en curso. La evolución de la tecnología, especialmente con la irrupción de Internet y su modelo de accesibilidad, ha transformado radicalmente la manera en que experimentamos la radio. López (2011, como se citó en Ramos del Cano, 2014) nos indica lo siguiente:

La llegada de Internet y la imposición de su modelo de accesibilidad como nuevo paradigma social ha hecho posible que la radio de hoy está en Internet, en el móvil, en el transistor convencional, en la televisión digital y en los pequeños soportes de reproducción (p.17).

Ahora, la radio no conoce límites geográficos ni restricciones de dispositivos, y su presencia se manifiesta de manera polifacética, alcanzando a audiencia a través de la web. Este fenómeno no solo testimonia la adaptabilidad de la radio, sino también su capacidad para

mantenerse relevante en un paisaje mediático en constante evolución, sirviendo como un recordatorio vivo de que la esencia misma de la radio sigue resonando en múltiples formas en la sociedad contemporánea. Balsebre-Torroja y otros (2023) mencionan que:

La radio constantemente se enfrenta a nuevas experiencias nuevos retos. Actualmente las emisoras también ofrecen imágenes y los oyentes tienen acceso a contenidos almacenados en repositorios digitales. Este avance representa un salto cualitativo muy importante porque cambia las condiciones de la oferta de programación, que antes se basaba en la caducidad puntual y única (p. 19).

Este fenómeno, acompañado por la rápida expansión de la digitalización, ha propiciado la gestación de nuevos formatos y lenguajes que han redefinido la manera en que consumimos información y entretenimiento. La radio ha experimentado una metamorfosis significativa, adaptándose a la era digital y extendiendo sus raíces a través de diversas plataformas. La llegada de Internet no solo ha ampliado su alcance, sino que también ha redefinido la forma en que el público se relaciona con este medio.

A pesar de la metamorfosis que ha experimentado la radio con la digitalización, Videla-Rodríguez y Piñeiro-Otero (2017) en su estudio denominado *La radio online y offline desde la perspectiva de sus oyentes-usuarios. Hacia un consumo híbrido* manifiestan lo siguiente:

La mayor parte de la audiencia aun prefiere sintonizar emisoras generalistas a través de la radio convencional, pero los consumidores de radio online optan por el streaming en directo. En este escenario, uno de cada cinco oyentes tiene un alto consumo de contenidos radiales online y offline de las emisoras generalistas, combinando ambas plataformas según sus necesidades e intereses (p.1450-1451).

La hibridación de los medios radiales y sus contenidos trajo nuevas alternativas del consumo de sus contenidos. Esto hace de la radio un medio más versátil al poder darle la opción a sus oyentes de consumir su programación en los momentos que ellos deseen, sino también el poder reproducirlo un sinnúmero de veces.

Las redes sociales juegan un papel fundamental dentro de la hibridación radiofónica debido a la oportunidad que tienen los medios de expandir sus contenidos y atraer nuevos oyentes. Barrios-Rubio (2013) en su artículo de investigación *La radio en la era de la sociedad digital*, menciona que:

Las redes sociales desempeñan un papel importante en la evolución y estrategia de los medios de comunicación. Están comprendiendo que no basta con tener presencia en redes sociales, sino que deben aprender a usarlas para fortalecer su marca y aprovechar el máximo la interacción con sus seguidores convirtiéndolos en potenciales consumidores de contenido e incluso como generadores de este (p. 42).

El uso adecuado de las redes sociales es de vital importancia en los medios de comunicación. Con estas no solo llegan a más audiencia, también funcionan como un medio para potenciar su imagen, mantener una interacción más cercana con el público y al expresar sus necesidades se convierten en potenciales generadores de contenidos para los medios de comunicación.

A pesar de todas estas ventajas que se han mencionado, los medios de comunicación deben tener en cuenta que el aprovechar a su público como contribuyentes de contenido, asumen la responsabilidad de abrir un espacio donde las audiencias, periodistas y demás miembros, puedan introducir subjetividad a la información si no manejan correctamente los lenguajes, estructuras y características del medio (Barrios-Rubio, 2013).

Contenidos transmedia

En el universo del contenido transmedia, las narrativas toman forma y se despliegan de manera única a través de diversos medios y plataformas de comunicación, creando experiencias inmersivas que trascienden los límites convencionales de la historia. En este enfoque narrativo innovador, una parte significativa de los consumidores no solo actúa como meros espectadores, sino que desempeña un papel activo y participativo en el proceso de expansión de la trama. Albarello (2013), en su reseña del libro *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan* de Carlos Scolari, menciona que:

Para Scolari el contenido transmedia es un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión (p. 247).

El contenido transmedia no solo redefine la manera en que se cuentan las historias, sino que también invita a la audiencia a sumergirse en un tejido narrativo complejo y envolvente que se extiende más allá de los confines tradicionales de la narración unidimensional.

Lo distintivo del contenido transmedia es que cada componente aporta una perspectiva única o amplía la trama principal, fomentando la participación del espectador, quien, al explorar

diferentes medios, obtiene una comprensión más completa y enriquecedora de la historia. Para Jenkins (2003, como se citó en Sepúlveda-Cardona y Suárez-Quiceno, 2016) nos expresa lo siguiente: “En la narrativa transmedia cada medio hace lo que mejor sabe hacer: una historia puede ser introducida en un largometraje, expandirse en la televisión, novelas y cómics, y este mundo puede ser explorado y vivido a través de un videojuego” (p.10). La narrativa transmedia representa una forma innovadora y enriquecedora de contar historias al aprovechar las fortalezas únicas de diversos medios. En este enfoque, cada plataforma despliega sus habilidades distintivas. La narrativa transmedia no solo rompe con las limitaciones tradicionales de un solo medio, sino que también invita a los espectadores a sumergirse en un mundo cohesivo y multifacético que se despliega a través de una variedad de plataformas, proporcionando una experiencia narrativa completa y envolvente.

Martínez-Costa M. P. (2015) menciona que “el término transmedia se refiere a una estrategia narrativa que consiste en narrar historias utilizando diversas plataformas y formatos, aprovechando los recursos propios de cada medio para desarrollar y expandir la trama, involucrando la participación y contribución de los usuarios” (p.169). El contenido transmedia es un método que utilizan los medios de comunicación para retener a su público debido a que estos se sienten parte del programa, por eso Vicente, Rojas y Vicente (2015-2016, como se citó en Martínez-Costa y Prata, 2017) mencionan que “las convergencias narrativas representan una actualización para los contenidos radiales” (p.114). De este modo, las estaciones radiales ya no solo se dedican a crear contenido de modo tradicional, sino que buscan adaptarlos a las posibilidades que tienen debido a la utilización de sus redes sociales. Esto les permite realizar diversos formatos de un solo contenido, por ejemplo, locutar un hecho noticioso en la transmisión por la dial, redactar la noticia para ser publicada en sus redes sociales o incluso realizar un reportaje en video que recopile la información y la amplie.

La exploración de técnicas transmedia a través de diversas plataformas ha permitido desarrollar entornos de comunicación altamente interactivos, dotados de contenido informativo, cognitivo y emocional (García-González, 2013). Los medios de comunicación utilizan técnicas transmedia para poder conectar más con su público, en especial los medios radiales quienes son los que más han evolucionado con la llegada del internet y las posibilidades que este les brinda para transformar su contenido.

La producción transmedia se ha vuelto un fenómeno social que surge con la convergencia digital. Esta brinda oportunidades para ver y repensar la realidad mediante la escritura creativa y colaborativa, integrando diversos formatos en la producción de contenidos (Saavedra-Bautista y otros, 2017). Las radiodifusoras utilizan la producción de contenidos transmedia a partir de la hibridación que estas sufrieron debido a la convergencia digital, uno de los ejemplos más evidentes es el uso del video en su programación. Del mismo modo, también son partidarios de la redacción de contenido periodísticos para sus redes sociales, de la creación de capsulas informativas o incluso cambiar sus contenidos a podcast.

Programación multiplataforma.

El aspecto que más resalta en los medios de comunicación en la actualidad es su capacidad de adaptar sus programas a diversas plataformas. Los medios radiales han progresado en la forma de transmitir mensajes mediante plataformas digitales (Echeverría-Maggi y otros, 2023). Esto les permite a las radiodifusoras poder innovar en su programación empleando nuevos recursos que les permiten la transmisión de sus contenidos simultáneamente en diversas plataformas o incluso recurrir a incursionar en nuevos recursos periodísticos como las redacciones de noticias.

El contenido multiplataforma se refiere a cualquier tipo de material o información diseñado y adaptado para ser accesible y consumido en diversas plataformas o dispositivos. Esta estrategia se centra en garantizar que el contenido mantenga su coherencia y calidad, independientemente de la plataforma en la que se presente. Molina (2011) afirma que:

La convergencia de medios digitales, los sistemas multimedia y las programaciones multiplataforma condicionan un entorno comunicacional en el que la interactividad desempeña un papel significativo, proponiéndose como un aumento de las posibilidades y servicios para los involucrados en los procesos de comunicación (p. 155-156).

La premisa central es asegurar que el contenido, ya sea en forma de medios, información o experiencias, mantenga su integridad y calidad a lo largo de diversas plataformas y dispositivos. Al centrarse en la coherencia, esta práctica no solo amplía la audiencia y la accesibilidad, sino que también garantiza que los usuarios experimenten una consistencia en la entrega del contenido, independientemente de la forma en que elijan consumirlo. La multiplataforma, indica la necesidad de concebir diversas formas de acceder a la información, pensando más allá de un computador, en la actualidad, la información puede llegar a través de un

celular, una tableta, una televisión online; entre otros. Zurita, Serrano-Puche, y Ramírez (2018, como se citó en Sanmartín-Parra y Sanmartín-Ortiz, 2021) añaden que:

Surge una necesidad por parte de los medios de comunicación de adaptar el mensaje a estos diversos aparatos electrónicos inteligentes, cada dispositivo o plataforma tiene su propia narrativa, textual y visual, en consecuencia, el medio debe desplegar una textura de composición de la noticia adaptada al terminal de lectura y pensando en el comportamiento del consumidor durante su manejo (p. 6).

La relevancia de la programación multiplataforma radica en su capacidad para ofrecer experiencias fluidas y homogéneas en un entorno digital diversificado, donde la flexibilidad y la cohesión son esenciales para satisfacer las expectativas de las audiencias.

La evolución constante de la tecnología y la diversificación de los dispositivos electrónicos inteligentes, cumplen un papel importante, ya que, han generado una demanda predominante para que los medios de comunicación ajusten sus mensajes a las distintas plataformas disponibles. Van-Haandel y Ramos (2015, como se citó en Espada, 2022) manifestaron que:

La presencia en múltiples plataformas permite a la radio diversificar las formas y los contenidos con los que llegar a sus audiencias. La creación de un sitio web, publicaciones de notas sobre la programación y el manejo de redes sociales expande sus capacidades como centro generador de contenidos radiofónicos (p. 121).

La mayoría de los medios radiales cuentan con redes sociales o páginas web donde se expanden la información que brindan a través de la dial. El uso de estas plataformas es de vital importancia debido a que convierten al medio en un referente informativo que expande su programación con la inclusión de reportajes en vivo o la redacción de nota periodística.

A pesar de que los medios de comunicación integren producción que pueden ser consumidas en diferentes plataformas, necesitan tener conocimientos adecuados sobre cómo realizar dichos contenidos Castro-Ramos y Martínez-Bonilla (2017) en su investigación denominada *Gestión multiplataforma de la comunicación en la programación de la Radio Turbo 93.3 de la Ciudad de Ambato*, plantea que “la integración de contenidos multiplataforma requiere de un profesional capacitado en la producción multiplataforma, capaz de captar y mantener la atención del perceptor mediante un mensaje adecuadamente transmitido” (p.33). Es importante destacar la necesidad que tiene los medios de comunicación en contar con profesionales

capacitados para adaptar correctamente sus contenidos a plataformas con características diferentes a las que están acostumbrados a transmitir la programación. Esto es parte fundamental para que los medios de comunicación logren con su objetivo de obtener más audiencia.

Por ello, los medios radiales deben de ser cuidadosos al momento de querer generar contenidos multiplataforma. Generar contenidos requieren de varios elementos como el mensaje, para quien será dirigido y por que medio. También debe ser responsable, debido que en plataformas como las redes sociales hay información falsa y los medios de comunicación tienen el poder y la capacidad de cambiar las percepciones de las audiencias (Dután y otros, 2023).

Streaming

El streaming, conocido también como retransmisión o transmisión por secuencias, implica la entrega o descarga de datos desde un proveedor o servidor en internet mientras el usuario accede y utiliza los datos tan pronto como estos son descargados. En consecuencia, el usuario no está obligado a esperar hasta que la descarga se haya completado antes de poder comenzar a utilizar los datos. García-Clavería (2013) nos dicen que:

El streaming es una tecnología de transmisión a través de la red, en la que no existe descarga de la información en un disco local y que, por ende, la información que se envía a través de la red al cliente se reproduce en tiempo real al recibirla (p. 286).

El streaming se erige como una revolucionaria conquista tecnológica que ha transformado radicalmente la manera en que interactuamos con los medios digitales. Al prescindir de la necesidad de descargas locales y permitir la reproducción instantánea en tiempo real, esta tecnología ha desdibujado las líneas entre la espera y el acceso, brindando a los usuarios una experiencia de consumo multimedia sin precedentes.

Este fenómeno revolucionario ha trascendido las barreras convencionales de almacenamiento, ofreciendo una experiencia de acceso inmediato y fluido a una diversidad de contenidos, desde música y video hasta transmisiones en vivo. Con el streaming, no solo hemos superado las restricciones físicas del almacenamiento, sino que también hemos abrazado una forma más ágil, dinámica y adaptable de consumir información, cimentando así su papel esencial en el panorama digital contemporáneo.

En una conceptualización más concreta y relacionada al ámbito comunicacional, Narváez-Prieto (2008), define el streaming como “la capacidad de transmitir audio o video utilizando un flujo constante de datos para la transmisión. Esto permite escuchar o ver de manera

simultánea lo que se está transmitiendo desde un servidor web” (p. 51). Esta modalidad de transmisión ha traído consigo la posibilidad de que los consumidores puedan acceder a los contenidos de los medios radiales en cualquier momento, dejando atrás la preocupación de estar pendientes al horario en que pasaba su programa favorito.

El streaming ha traído consigo una nueva forma de en el consumo y producción de contenidos radiales. Unilatina (2013, como se citó en Checa-Cabrera y Chicaiza-Inuca, 2016) menciona que:

El streaming de audio a través de internet adopta el nombre de radio por internet debido a que utiliza los mismos elementos lingüísticos de la radio convencional. El surgimiento de la radio en internet ha transformado el modo de transmisión del medio radial, dando lugar al surgimiento de emisoras netamente digitales (p. 8).

El streaming ha transformado significativamente los medios radiales. No solo funciona como apoyo a los medios radiales tradicionales, sino que brinda la posibilidad de crear nuevas radios sin la necesidad de tener un establecimiento físico o una señal dial, exponiendo los formatos radiales y su audiencia a nuevas plataformas.

Mediación

El termino mediación es muy amplio, aparte de la comunicación es utilizado en diferentes aristas. Entrando en el ámbito comunicacional, la mediación es entendida como esa parte que se encuentra entre el medio de comunicación y la audiencia. Barbero (1987) afirma:

Lugares de donde provienen las construcciones delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad de la televisión. A manera de hipótesis, que recoge una serie de búsquedas que convergen entre sí, aunque no tengan a la televisión como “objeto”, se proponen tres lugares de mediación: la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural (p. 233).

Estos tres lugares de mediación propuestos por Barbero son factores influyentes en la percepción del mensaje por parte de la audiencia, dependiendo de la realidad en la que forma parte la audiencia el mensaje se entiende de una u otra manera.

La mediación se fundamenta en la interacción entre los actores comunicativos y su entorno físico y cultural. A través de los procesos de intercambio de información, la mediación adquiere su significado fundamental, actuando como un vínculo entre el contexto en el que se

encuentran los individuos y las necesidades de adaptación inherentes a la vida humana. Piñuel-Raigada (2010) dice lo siguiente:

La actividad mediadora de la comunicación conoce aquí su origen: la mediación se produce por la intervención de procesos de comunicación, o de intercambio de información, entre actores de la comunicación. De modo que aquél intercambio sirve para mediar entre el acontecer del entorno (físico y cultural), y los humanos que lo habitan y necesitan adaptarse a aquél (p. 126).

La mediación en la comunicación no solo actúa como un vínculo esencial entre los individuos y su entorno, sino que también desempeña un papel fundamental en la construcción de significado y la adaptación a las complejidades del mundo físico y cultural que nos rodea. La actividad mediadora de la comunicación no solo revela nuestra interdependencia con el entorno, sino que también resalta nuestra capacidad para transformar y dar sentido a nuestra realidad compartida.

La mediación es un concepto que trasciende la simple utilización de medios para entrar en el ámbito de la cultura y la sociedad. La comunicación, en su esencia, actúa como un vínculo entre diversas realidades y contextos, influida por una variedad de factores que se encuentran más allá de los simples canales de transmisión. La narrativa periodística ayuda a mejorar los contenidos informativos porque no solo busca informar, sino también profundizar en los procesos comunicativos y la historia, sin perder de vista las culturas que definen la esencia de nuestras sociedades. Choez-Villa (2023) menciona lo siguiente:

Todo proceso comunicativo no se puede reducir a los medios, es más que eso, se trata de mediaciones donde la comunicación es un método mediador, es decir una cuestión de cultura. Los contenidos periodísticos necesitan de nuevos formatos de narrativa periodística que los acompañe ya que la comunicación necesita profundizar el proceso comunicativo y el histórico sin obviar lo popular de las culturas (p. 6).

Comprender la comunicación como un proceso de mediación nos ayuda a superar las limitaciones de los medios y entender la complejidad de las interacciones humanas y culturales. El periodismo necesita nuevas formas de contar para adaptarse a los cambios tecnológicos y para comunicarse mejor. Mientras se integra la diversidad y riqueza de las culturas populares, podemos construir puentes más sólidos entre las personas y las comunidades, facilitando así una comunicación más auténtica y enriquecedora.

La mediación no solo proporciona un marco para analizar y comprender las formas de control, sino que también se revela como un elemento esencial en la transmisión y facilitación de la comunicación. Esta función mediadora, al actuar como un puente entre distintos planos de la realidad, desempeña un papel crucial en la interpretación y procesamiento de la información, influyendo así en nuestra percepción y comprensión del mundo que nos rodea. Moragas i Spà (2011) manifiesta que:

Desde el punto de vista cognitivo, la mediación equivaldría al sistema de reglas y de operaciones aplicadas a cualquier conjunto de hechos, o de cosas pertenecientes a planos heterogéneos de la realidad, para introducir un orden. La función mediadora permite analizar las formas de control. La función mediadora se concreta como función transmisora de comunicación (p.41).

Al aplicar sistemas de reglas y operaciones a diversos aspectos de la vida, la mediación actúa como un mecanismo para introducir un orden coherente en la complejidad de la existencia. Más allá de su papel en el análisis de las formas de control, la función mediadora se revela como un facilitador fundamental de la comunicación, actuando como un puente entre diferentes dimensiones de la experiencia humana.

Las mediaciones también han surgido cambios debido a los avances tecnológicos y como los medios de comunicación los han utilizado para ampliar su cobertura comunicativa con la audiencia. Moreira-Delgado (2020) menciona:

Los avances en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han introducido una variedad de medios, herramientas y mecanismos interactivos que han cambiado la estructura del espacio mediático. Si bien los medios tradicionales siguen siendo puntos focales para la mediación social, la difusión de información, la difusión de conocimientos y la promoción de la democracia, este cambio también incluye la inclusión de los medios sociales y los medios en línea en el panorama mediático (p. 477).

Si bien los medios de comunicación han incluido las TIC como herramientas y mecanismos interactivos del espacio mediático, estos solo tienen la función de ser transmisores de información y no son ejes de mediación.

Procesos Comunicativos

Parte importante de las mediaciones son los procesos comunicativos y como estos forman parte en la interpretación de los mensajes. Yang y otros (2016) manifiesta:

El proceso comunicativo, entendida como el conjunto de interacciones entre individuos que emplean herramientas para expresarme dentro de contextos que facilitan o dificultan la comprensión, se presenta como un elemento fundamental en las relaciones humanas. Este proceso, que se desarrolla en conexión con sistemas de referencia y la sociedad en general, establece relaciones de interdependencia y está influenciado por diversos elementos que lo facilitan o limitan, lo que lo convierte en un fenómeno tanto esencial como complejo debido a sus numerosas determinantes (p. 171).

La importancia de entender el proceso comunicativo radica en que se encuentra presente siempre en cualquier actividad que realicemos. El hablar, hacer una seña o enviar un mensaje de texto es un proceso comunicativo. Parte esencial de este es la interacción de individuos para que se pueda llevar a cabo, relacionándolo con el estudio, la interacción del medio y audiencia es un proceso comunicativo que se ve influenciado por la mediación en la percepción del mensaje.

La comunicación se caracteriza por ser un vínculo fundamental entre individuos, sociedades y culturas. La comunicación va más allá de la simple entrega de información, requiere una comprensión profunda del lenguaje y su uso adecuado en una variedad de contextos y situaciones. El desarrollo de la habilidad comunicativa no solo requiere dominar el lenguaje, sino también la comprensión de su aplicación dinámica entre hablantes. López-Mera y otros (2022) nos dicen que:

El proceso comunicativo no consiste simplemente en hacer uso del lenguaje para transmitir unilateralmente determinados conocimientos que antes las personas no los poseían. Es necesario usar el lenguaje apropiadamente en las diversas situaciones que se presentan día a día, entre hablantes reales y en contextos sociales e históricos concretos, es decir, desarrolla la competencia comunicativa (p. 1777).

La competencia comunicativa va más allá de la simple transmisión de información, implica una comprensión profunda del lenguaje y su aplicación dinámica en contextos cambiantes. En la actualidad el proceso comunicativo ha experimentado cambios debido a la inclusión de la tecnología y el incremento de posibilidades que esta nos ofrece. Carballa-Rivas (2018) afirma:

El progreso tecnológico impacta en todas las etapas del proceso comunicativo, desde la recopilación de noticias hasta la manera de producirlas, distribuirlas y la interacción con las audiencias. La digitalización provoca transformaciones fundamentales en el ciclo informativo, afectando innegablemente aspectos clave de la comunicación pública.

Simultáneamente, las variaciones en el ámbito social ya sean demográficas, culturales o migratorias, junto con la nueva economía digital que incluye aspectos positivos como la economía colaborativa, y las evoluciones en las relaciones entre los poderes y la ciudadanía, con demandas de mayor transparencia y gobernanza, alteran la sociedad en su totalidad, ejerciendo influencia en las interacciones entre los diversos actores sociales, incluidos los medios de comunicación (p.163).

Los procesos comunicativos no solo han cambiado con el avance tecnológico, sino que también se ha visto influenciada por los cambios sociales resaltando que debido a ambos se ha creado un proceso de interacción entre todos los actores sociales como lo son medios de comunicación, gobernanzas y ciudadanía. Si se analiza bien lo mencionado por la autora, estamos hablando de un proceso de mediación comunicativa.

En la actualidad, los recursos tecnológicos han ejercido una influencia significativa en la dinámica de la comunicación. Esta influencia atraviesa diversas fronteras y culturas, impulsando la dinámica de nuestras interacciones diarias. Más allá de simplemente facilitar la interacción, estos progresos han puesto en marcha una nueva dimensión en la comunicación, caracterizada por su inmediatez y eficacia. Romero-Zambrano (2015) nos dice lo siguiente:

En la actualidad, los recursos técnicos influyen de una manera determinante en las formas y niveles de comunicación, es evidente que los procesos comunicativos hoy en día a parte de agilizar los procesos comienzan a promover nuevas formas que son más concretas, rápidas e impersonales (p. 12).

Los recursos tecnológicos son muy importantes para la comunicación actual. Aunque los avances han cambiado mucho, es importante saber que la comunicación se basa en la conexión humana y la comprensión mutua. En medio de la digitalización, debemos esforzarnos por mantener un equilibrio entre la conveniencia de la tecnología y la riqueza de las interacciones humanas, preservando así la autenticidad y el significado en nuestros procesos comunicativos.

En la era digital y la expansión de las redes sociales, el paradigma de la comunicación ha experimentado una transformación repentina. No estamos limitados a obtener información de forma pasiva y unidireccional a través de los medios de comunicación tradicionales. En la actualidad, el flujo de contenidos es multidireccional, donde cada individuo involucrado en el proceso comunicativo puede desempeñarse como emisor. Broseta-Dupré y otros (2023) nos dice lo siguiente:

El flujo de los contenidos ya no es unidireccional, ni está siempre filtrado y determinado por parte de los medios de comunicación, sino que es multidireccional: todos los actores que participan en el proceso comunicativo, potencialmente, pueden constituirse en emisores de un mensaje; todos influyen sobre todos (p. 231).

La evolución hacia un flujo de contenidos multidireccional subraya la dinámica cambiante del proceso de comunicativo en la actualidad. A partir de ahora, cada individuo tiene el poder de ser tanto rector como emisor de información, lo cual refleja la forma en que percibimos, compartimos y comprendemos el entorno que nos rodea.

Participación Ciudadana

Parte importante para que la mediación tenga sentido es el rol de la audiencia, esta debe ser participativa, comunicando a los medios de comunicación las necesidades y las realidades que los rodean. Dragomir (2021) afirma lo siguiente:

En un sistema de medios convergente, los medios de servicio público deben enfocarse en la participación ciudadana, otorgando a la audiencia mayor control en la financiación, involucrando a la sociedad civil en la gobernanza y permitiendo una participación más significativa de los ciudadanos en la producción de contenido (p. 26).

Involucrar a los ciudadanos en los medios de comunicación resulta de mucha importancia en la era actual debido a la fuerte competitividad que tienen para atraer y retener a las audiencias, especialmente en medios que han pasado a ser totalmente híbridos. Sin la participación de la audiencia en los medios, el medio corre el riesgo de convertirse en un actor marginal donde en el peor de los casos esto lleva a la desaparición del medio.

La participación ciudadana es importante para crear sociedades democráticas y equitativas. Los individuos no solo son receptores pasivos de decisiones, sino también sujetos activos en su entorno. Mendoza-Cagua (2018), nos dicen que “la participación ciudadana consiste en el proceso de involucrar a los sujetos en los diferentes niveles de decisiones, actividades y temas relacionados al desarrollo económico, social y político de una comunidad” (p. 3). En este contexto, la comunicación es importante porque permite compartir ideas, crear consensos y escuchar voces diferentes. No se trata solo de expresar opiniones, sino de establecer canales de diálogo que fomenten la colaboración y el entendimiento mutuo. La comunicación es fundamental para difundir información importante, promover el debate constructivo y asegurar que todas las personas participen en el proceso de decisión.

La comunicación es fundamental para facilitar el intercambio de ideas, la colaboración y la movilización en torno a causas comunes. La comprensión de la participación ciudadana implica reconocer el poder transformador de la comunicación como un catalizador de la acción ciudadana en la búsqueda de un cambio significativo y duradero. Soria-Sánchez (2015) nos dice que:

La participación ciudadana entonces debe ser entendida como una forma de acción individual o colectiva que implica un esfuerzo racional e intencional de un individuo o un grupo en busca de logros específicos, a través, de una conducta cooperativa, que no esté simplemente ligada al voto popular o a la democracia representativa, sino que sea una participación activa en los temas que lo afectan directamente (p.24).

La comunicación juega un papel fundamental al permitir que los individuos y grupos se organicen, compartan información, generen consenso y coordinen acciones para alcanzar sus objetivos comunes. Por lo tanto, para fomentar una participación ciudadana efectiva y significativa, es crucial fortalecer los canales de comunicación y promover un diálogo inclusivo que empodere a las personas para influir positivamente en su entorno y en la toma de decisiones que les afectan directamente.

El medio de comunicación tiene un rol fundamental para fomentar la participación ciudadana, pues estos son la voz de los gobernados hacia sus gobernantes y viceversa. Peña-Orozco y otros (2016) nos dice lo siguiente:

La función de los medios de comunicación es crucial como instrumento para fomentar la participación ciudadana. Si la información sobre las decisiones públicas no se comunica de manera adecuada a la población, podría surgir la pregunta de hasta qué punto se puede considerar que existe una verdadera democracia participativa (p.147).

Como medios de comunicación, se debe escuchar activamente a los ciudadanos haciéndolos partícipes de las decisiones que tome el gobierno. Esta parte es relevante destacar al notar la importancia que tiene el medio como intermediario de gobernantes y gobernados, si el medio de comunicación no toma este rol de mediador no promovería la participación ciudadana y una sociedad democrática.

Desde esta perspectiva, la participación ciudadana no solo implica el derecho inherente de los individuos a influir en las decisiones que afectan sus vidas, sino también la responsabilidad compartida de colaborar en la planificación y producción del contenido mediático que refleje fielmente las realidades y aspiraciones de la sociedad en su conjunto. Jaramillo-Castillo y otros (2022) nos dicen lo siguiente:

En la participación ciudadana resulta esencial tomar como punto de partida la comunidad, pues es allí donde se discuten los problemas de las condiciones de vida y donde se concretan las interacciones con otras comunidades. Este principio implica el derecho de participar en la planificación y producción del contenido de los medios (p. 1028).

Al otorgar el derecho de participar en la planificación y producción del contenido de los medios, se garantiza una representación más auténtica y diversa de la realidad social. La participación ciudadana no solo es un derecho, sino también una responsabilidad compartida que contribuye al desarrollo y la evolución continua de nuestras sociedades.

Audiencias

Las audiencias son la parte fundamental de los medios de comunicación, la prensa, radio o televisión no serían nada porque deben su existencia a estas. Hay varias perspectivas que definen lo que son las audiencias, pero Orozco-Gómez (1997) nos dice:

Las audiencias somos todos, con las disposiciones a resistir como a aceptar el contenido de los medios, junto con sus perspectivas y aspiraciones relacionadas con dichos medios. Como audiencias somos de distanciarnos del medio y sus mensajes, pero también somos “sujetos ansiosos” de encontrar en ellos elementos espectaculares, novedosos e insólitos, todo aquello que nos emocione, entretenga, nos divierta y nos haga salir de nuestra rutina y vida cotidiana (p.27).

En este contexto, todos formamos parte de la audiencia de un medio de comunicación sea cual sea el contenido que consumimos de dicho medio. Así mismo como audiencia, somos quienes decidimos que medios y contenidos seguir de los medios de comunicación. La relevancia de esta conceptualización para el estudio radica en el poder que tiene la audiencia, al ser ellos los que deciden que ver hace que los medios pongan énfasis en mejorar la producción de sus contenidos para retener al público.

La audiencia es mucho más que un mero receptor de información; es el elemento vital que da sentido y propósito a la práctica periodística. Desde una perspectiva normativa, el periodismo tiene el mandato fundamental de empoderar al ciudadano, proporcionándole la información esencial para su libertad. Masip (2016) nos manifiesta lo siguiente:

Sin audiencia, no hay periodismo. La audiencia es importante desde un punto de vista normativo, el propósito del periodismo es proporcionar al ciudadano la información necesaria para ser libre y capaz de gobernarse a sí mismo. En los últimos años los medios han sistemáticamente desoído a la audiencia, entendida como lectores ciudadanos, no como clientes soberanos (p. 324).

La audiencia, considerada como ciudadanos informados y no como consumidores pasivos, es el fundamento de la existencia de periodismo en una sociedad democrática. Las audiencias no son meros espectadores pasivos, sino que se están convirtiendo en participantes activos y relacionales. Esta evolución borra las fronteras tradicionales entre audiencias y públicos, al tiempo que desdibuja la distinción entre espacios públicos y privados. Este fenómeno refleja un cambio profundo en la dinámica de la comunicación, donde la interacción y la participación se vuelven elementos clave en la construcción de significado y la formación de opiniones. Masip y otros (2019) nos dicen lo siguiente:

En el nuevo ecosistema mediático, donde los medios son una parte esencial del día a día y las audiencias se están convirtiendo en más relacionales y participativas, la tradicional separación entre audiencias y públicos se difumina, como se difumina también la separación entre espacios públicos y privados (p. 3).

La creciente interactividad y participación de las audiencias están desdibujando las líneas entre lo que tradicionalmente se consideraba público y privado, así como entre audiencias y públicos. Este cambio refleja una transformación profunda en la forma en que nos relacionamos con los medios y entre nosotros mismos.

En un entorno en el que el interés de las audiencias por obtener información se convierte en un factor determinante, los profesionales de la comunicación se enfrentan a un desafío constante. Es importante estar al día con los cambios e innovaciones en la información para ofrecer un servicio que responda a las expectativas de manera objetiva y precisa. En un mundo cambiante,

la atención a las audiencias no solo ayuda a compartir información, sino que también necesita compromiso con la calidad y la verdad en el proceso de comunicación. León-Valle y Medina-Reyes (2022) mencionan lo siguiente:

El interés por parte de las audiencias en referencia a la obtención de información pone en alerta a los profesionales de la comunicación, quienes deben permanecer actualizados en base a los cambios e innovación que cada día se genera al momento de compartir información para de esta forma brindar noticias con objetividad (p. 89).

Ante el creciente interés de las audiencias en obtener información precisa y relevante, es fundamental que los comunicadores se esfuercen por mantenerse al tanto de los cambios y las innovaciones en el ámbito. A través de este compromiso con la actualización y la objetividad, los profesionales pueden asumir su responsabilidad de brindar noticias que cumplan con las expectativas de las audiencias y contribuyan a una sociedad informada y activa.

A pesar de esta conceptualización de las audiencias, en la actualidad son definidas no solo como sujetos capaces de determinar que consumir de los medios. Según Suau (2015, como se citó en Masip y otros, 2019) nos dice que “la percepción de las audiencias está evolucionando, no solo se las considera activas en la interpretación de textos y mensajes periodísticos, sino también en el sentido de generar, compartir contenido y participar en debates públicos en entornos en línea.” (p.3). En síntesis, hace énfasis al papel activo de la audiencia generador de contenido y su activa participación con el medio de comunicación a través de los sitios digitales con los que estos cuentan.

2.3.Marco Legal

En base a la Constitución de la Republica del Ecuador (2008), título II “Derechos”, capítulo segundo “Derechos del buen vivir”, sección tercera “Comunicación e información”, art.16, inciso 2, establece “el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación”.

En concordancia, la Constitución de la República del Ecuador (2008), título II “Derechos”, capítulo segundo “Derechos del buen vivir”, sección tercera “Comunicación e información”, art. 16, inciso 5, establece “integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación”.

Del mismo modo, la Constitución de la Republica del Ecuador (2008), título II “Derechos”, capítulo segundo “Derechos del buen vivir”, sección tercera “Comunicación e información”, art. 18, inciso 1, establece “buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir

información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior”.

Por consiguiente, la Constitución de la República del Ecuador (2008), título II “Derechos”, capítulo sexto “Derechos de libertad”, art. 66, inciso 6, menciona que “el derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones”.

La Constitución de la República del Ecuador (2008), título VII “Régimen del buen vivir”, capítulo primero “Inclusión y equidad”, sección séptima “Comunicación social”, art. 384, establece que “el sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana”

En concordancia, la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Comunicación (2022), título II “Principios y derechos”, capítulo primero “Principios”, art. 13 “Principio de participación” menciona que “las autoridades y funcionarios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de comunicación”.

Por consiguiente, la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Comunicación (2022), título II “Principios y derechos”, capítulo segundo “Derechos a la comunicación”, sección primera “Derechos de libertad”, art.17 “Derecho a la libertad de pensamiento y expresión”, menciona que:

Para el desarrollo y aplicación de la presente ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel, de periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

Por ende, la Ley Orgánica Reformatoria de la Ley Orgánica de Comunicación (2022), art.12 que modifica al art.38 “Participación ciudadana”, menciona que:

La ciudadanía podrá desarrollar veedurías, asambleas ciudadanas, observatorios u otras formas organizativas para el control, evaluación y verificación de la gestión de los medios de comunicación públicos. Para ello, la ciudadanía promoverá la participación de la academia, ciudadanía, organizaciones sociales y gremios trabajadores de la comunicación.

Marco metodológico

3.1. Enfoque de investigación

En el presente trabajo de investigación se aplicó el enfoque mixto, que utiliza los métodos de investigación cualitativos y cuantitativos. Según Molina-Benavides y otros (2017) en su libro llama *Investigación aplicada en Ciencias Sociales*, afirman que “en una investigación de tinte social no es conveniente hablar de un solo paradigma, puesto que lo cualitativo y lo cuantitativo son enfoques de investigación que se complementan, ambos pueden ser utilizados en una investigación social, interaccionando sus metodologías” (p. 44). Este enfoque de investigación es el idóneo para cumplir con los objetivos planteados y a su vez, para obtener resultados más completos debido a la implementación de técnicas de recolección de datos cualitativos y cuantitativos.

3.2. Tipo de investigación

La investigación de este estudio es de tipo básica o pura que según Muntané-Relat (2010), en su artículo llamado *Introducción a la investigación básica* la define “como pura, teórica o dogmática. Su objetivo es obtener más conocimientos científicos sin contrastarlo con aspectos prácticos” (p.221). Este método es considerado el más idóneo para la investigación, debido a que el presente estudio no busca plantear una solución a la problemática. Busca analizar cómo se da esta problemática y que factores influyen en ella.

3.3. Diseño de investigación

Esta investigación es de diseño no experimental. En el libro llamado *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* de Hernández-Sampieri y Mendoza-Torres (2018), la definen como:

La investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Lo que se efectúa es observar o medir fenómenos y variables tal como se presenten en su entorno natural, para analizarlas. En la indagación no experimental las variables independientes ocurren y no se pueden manipular, no se tiene control o influir sobre ellas porque ya sucedieron, al igual que sus efectos (p. 174).

Este diseño de investigación nos permite ampliar los conocimientos de las variables planteadas, las que no están siendo modificadas debido a que ya han sucedido tal como lo menciona el autor. A su vez, nos permite observar cómo estas actúan en el sujeto de estudio seleccionado.

3.4. Alcance de la investigación

La investigación es de carácter local por el medio de comunicación utilizado como sujeto de estudio. Sin embargo, esta investigación puede ser utilizada como referencia para futuras investigaciones de carácter local o nacional debido a que se busca ampliar el conocimiento sobre como la hibridación radiofónica influye en el proceso de mediación con la audiencia.

Del mismo modo, la investigación puede aportar significativamente al proporcionar ideas y recomendaciones que optimicen las estrategias de mediación de Radio Salinas, integrando de manera efectiva transmisiones radiales con plataformas digitales para mejorar la experiencia de los oyentes. Al comprender mejor las percepciones y necesidades de la audiencia, la emisora podrá alinear su programación y contenidos con los intereses de sus seguidores, inspirando innovaciones en contenido y fortaleciendo la interacción y el compromiso del público.

Además, los resultados y recomendaciones pueden ser aplicables a otros programas y emisoras que busquen integrar transmisiones radiales con plataformas digitales, proporcionando un modelo de referencia para la hibridación mediática en el sector. Esto es especialmente relevante en el contexto que los medios de comunicación están en constante evolución y adaptación de nuevas tecnologías y hábitos de consumo. La capacidad de una emisora para adaptarse a estos cambios no solo mejora su competitividad, sino que también garantiza una conexión mas profunda y significativa con su audiencia.

Por último, la investigación no solo tiene el potencial de influir en la practica de la radio local, sino que también puede contribuir a la literatura académica sobre la hibridación radiofónica y la hibridación. Al ofrecer un análisis detallado y recomendaciones prácticas, el estudio puede servir como una base solida para futuras investigaciones que busquen explorar y entender mejor las dinámicas de la radio en la era digital.

3.5. Operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica de levantamiento de información
Variable 1: Hibridación Radiofónica	La hibridación de la radio con otros soportes de comunicación, como las redes sociales o el video, exige un tratamiento multiplataforma de sus contenidos. Se hace indispensable dotar a los responsables de los programas de una polivalencia transmedia que les permita programas a través de diferentes plataformas (Gómez Calderón y otros, 2017).	D1. Contenidos transmedia. D2. Programación multiplataforma. D3. Streaming.	I1. Videos, noticias escritas, reportajes en vivo. I2. Programas a través de la dial, redes sociales y pagina web. I3. Equipos y elementos para la transmisión del programa.	¿Integran elementos audiovisuales que enriquecen la información transmitida? ¿El programa es transmitido simultáneamente por la dial y su fan page? ¿Cuentan con los recursos tecnológicos necesarios para una transmisión sin problemas?	Encuesta Entrevista Observación
Variable 2: Mediación	El mundo del trabajo, el de la política, la producción cultural, son entonces fuentes de mediación de los procesos comunicativos. Pero, además de éstas, hay otras muchas	D1. Procesos comunicativos. D2. Participación ciudadana. D3. Audiencias.	I1. Interacción de radio y público. I2. Audiencia participativa en los sucesos que los rodean. I3. Público oyente y características.	¿El público interactúa constantemente con el programa cuando este se encuentra al aire? ¿Incentiva a que sus espectadores sean partícipes del programa expresando sus	Encuesta Entrevista Observación

	<p>mediaciones. Los mismos medios y sus características intrínsecas, determinaciones políticas y económicas, sus lógicas de producción y transmisión, sus lealtades y estilos, son una mediación (Orozco Gómez, 1997).</p>			<p>opiniones o problemáticas?</p> <p>¿Existe diversidad de audiencia?</p>	
--	--	--	--	---	--

3.6. Población, muestra y periodo de estudio

La población dentro de una investigación científica es definida por Arias-Gómez y otros, (2016) como “el conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que nos servirá como referencia para elegir la muestra. La importancia de especificar la población radica en la obtención de los resultados del estudio realizado a la muestra que elegimos” (p.202). Este término resalta la importancia de establecer una clara definición de los individuos que serán considerados en la investigación, ya que esto tiene un impacto directo en la validez y validez de los resultados obtenidos. Según el criterio expuesto, la población considerada para este estudio son los 139.000 seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas 103.3 FM.

El proceso de muestreo es fundamental en una investigación porque, al trabajar con un subconjunto manejable de la población total, se pueden realizar análisis detallados sin la necesidad de recopilar datos de cada individuo en la población. La muestra es definida por Hernández-Sampieri y Mendoza-Torres (2018) como “el acto de elegir una porción específica de un conjunto más amplio, universo o población de interés, con el objetivo de recopilar datos para abordar el problema de investigación planteado” (p. 649). Bajo el aporte del autor y considerando que la población es mayor a 100 personas, la selección de la muestra será probabilística, la cual consiste en que cada individuo de la población posee la misma probabilidad de ser elegidos parte de la muestra y se obtiene por medio de una selección aleatoria (Hernández-Sampieri y Mendoza-Torres, 2018, p. 200).

Para realizar el cálculo de la muestra se utilizó la página web *SurveyMonkey*, con un nivel de confianza del 95% y con un margen de error del 5%, dando como resultado de la muestra un total de 384 seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas 103.3 FM.

Al tener una muestra relativamente grande, se procedió a realizar un muestreo por conveniencia. Según López (2004) este método “consiste en seleccionar los casos que se encuentren disponibles por comodidad del investigador” (p. 74). En concordancia con esta definición, el muestreo seleccionado para la investigación fueron 200 seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas 103.3 FM debido al corto lapso de tiempo que se disponía para obtener la información.

El periodo de estudio de esta investigación inicio el 8 de abril del 2024 y finalizo el 28 de junio de 2024. Para esto, la planificación llevada a cabo fue la siguiente: en abril se desarrolló el capítulo 1 “Planteamiento del problema” y el capítulo 2 “Marco teórico y conceptual”, en mayo

el capítulo 3 “Marco metodológico” y capítulo 4 “Análisis resultados”, en junio el capítulo 5 “Discusión”, el capítulo 6 “Conclusiones” y el capítulo 7 “Recomendaciones”.

3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información

Las técnicas de investigación según Pandey y Pandey (2015, como se citó en, Medina y otros, 2023) es “un método organizado que se emplea para recoger y examinar datos con el fin de dar solución a una problemática o pregunta de investigación” (p. 12). Es de vital importancia la utilización de la técnica correcta para la investigación planteada, debido a que será la que nos ayudará a dar respuestas a la problemática en cuestión.

Dentro de las técnicas de investigación según Medina y otros (2023) son “las encuestas, entrevistas, observación, experimentos, entre otros, dependiendo del objetivo de la investigación se hace la elección de una de estas” (p. 12). En referencia a lo mencionado por los autores, para esta investigación de enfoque mixto se utilizarán las técnicas de encuesta, entrevista y observación, considerando que nos brindarán los resultados óptimos para la investigación.

Hay que recalcar que las técnicas cuentan con instrumentos los cuales son definidos por Medina y otros (2023) en su libro *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación* como “herramientas empleadas para la recopilación y evaluación del proceso de investigación. Estos pueden ser fichas de cotejo, cuestionarios, escalas de medición, fichas de entrevista estructurada, pruebas estandarizadas, entre otros recursos” (p. 12). En este sentido, los instrumentos para la medición de las variables serán los cuestionarios, ficha de entrevista y ficha de observación.

Análisis de resultados

4.1. Análisis cuantitativo: Encuesta

Tabla 1

La transmisión simultanea de “Ola Informativa” a través de la dial y Facebook mejora la calidad del programa

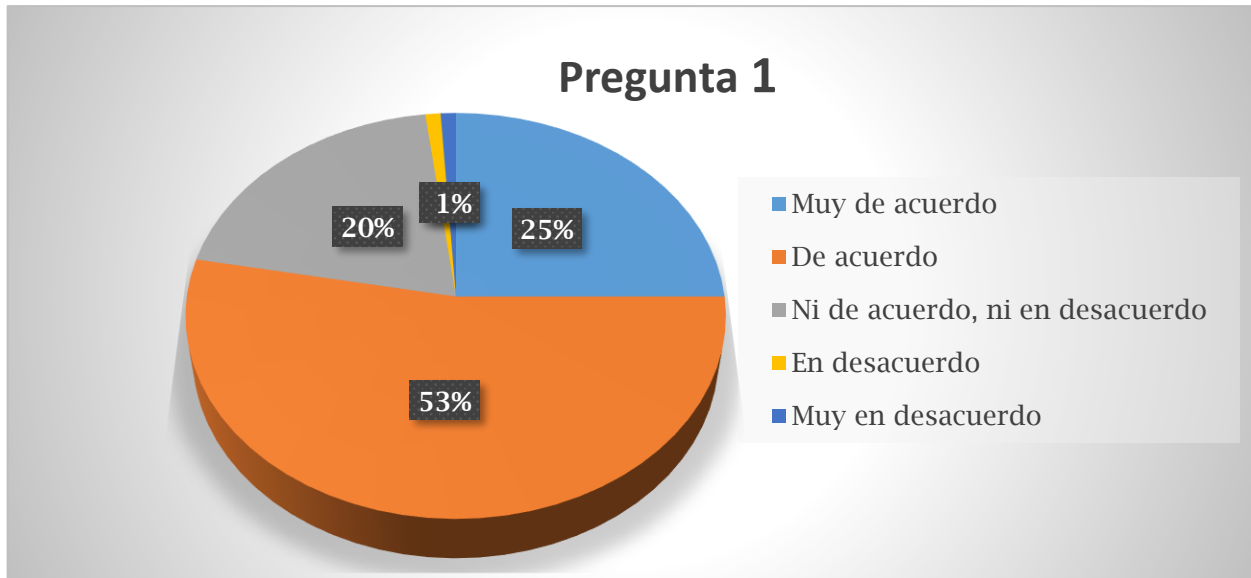
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	50	25%
De acuerdo	106	53%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	40	20%
En desacuerdo	2	1%
Muy en desacuerdo	2	1%
TOTAL	200	100%

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Figura 1



Fuente: Seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Nota: Elaborado en Exel, 2024.

Análisis

Los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (50), vinculado al 25%; De acuerdo (106), pertinente al 53%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (40), respectivo al 20%; En desacuerdo (2); equivalente al 1% y Muy en desacuerdo (2), correspondiente al 1%. Recalcando que un 53% de los seguidores está de acuerdo que la transmisión simultanea de “Ola Informativa” a través de la dial y Facebook mejora la calidad del programa.

Tabla 2

La implementación de elementos multimedia como videos, imágenes y textos en 'Ola informativa' aumenta mi interés en el programa.

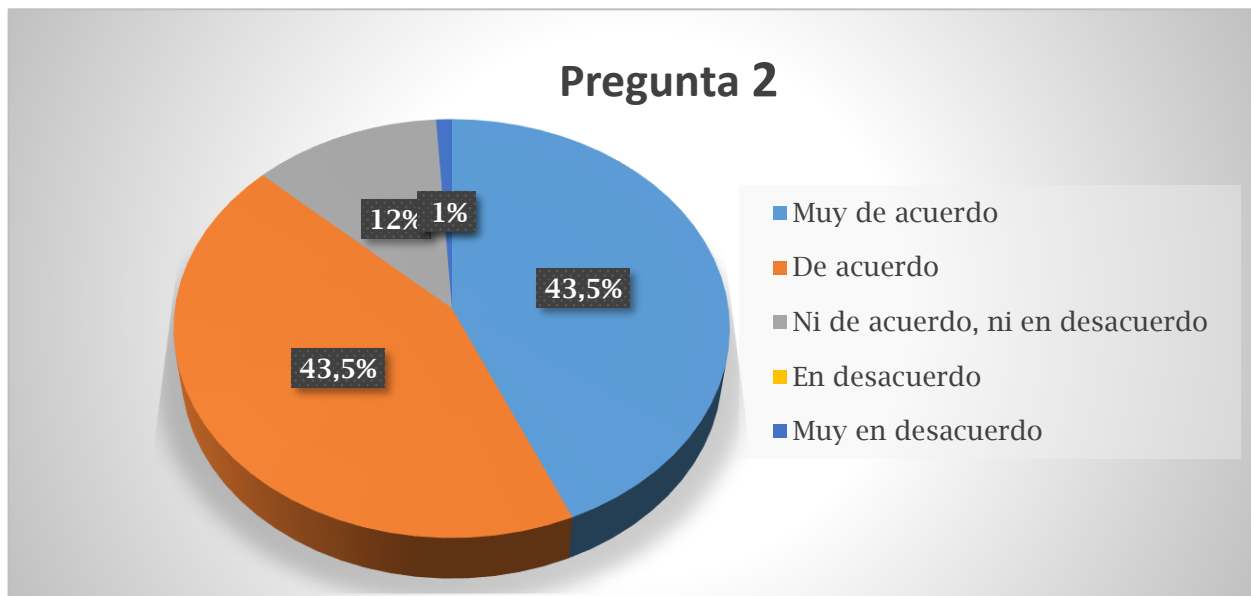
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	87	43,5%
De acuerdo	87	43,5%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	24	12%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	2	1%
TOTAL	200	100%

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Figura 2



Fuente: Seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Análisis

Los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (87), correspondiente al 43,5%; De acuerdo (87), respectivo al 43,5%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (24), equivalente al 12%; En desacuerdo (0); vinculado al 0% y Muy en desacuerdo (2), coincidente al 1%. Haciendo hincapié que un 43,5% de los seguidores está de acuerdo que la implementación de elementos multimedia como videos, imágenes y textos en 'Ola informativa' aumenta mi interés en el programa.

Tabla 3

La hibridación facilita el acceso a la información proporcionada por “Ola Informativa”.

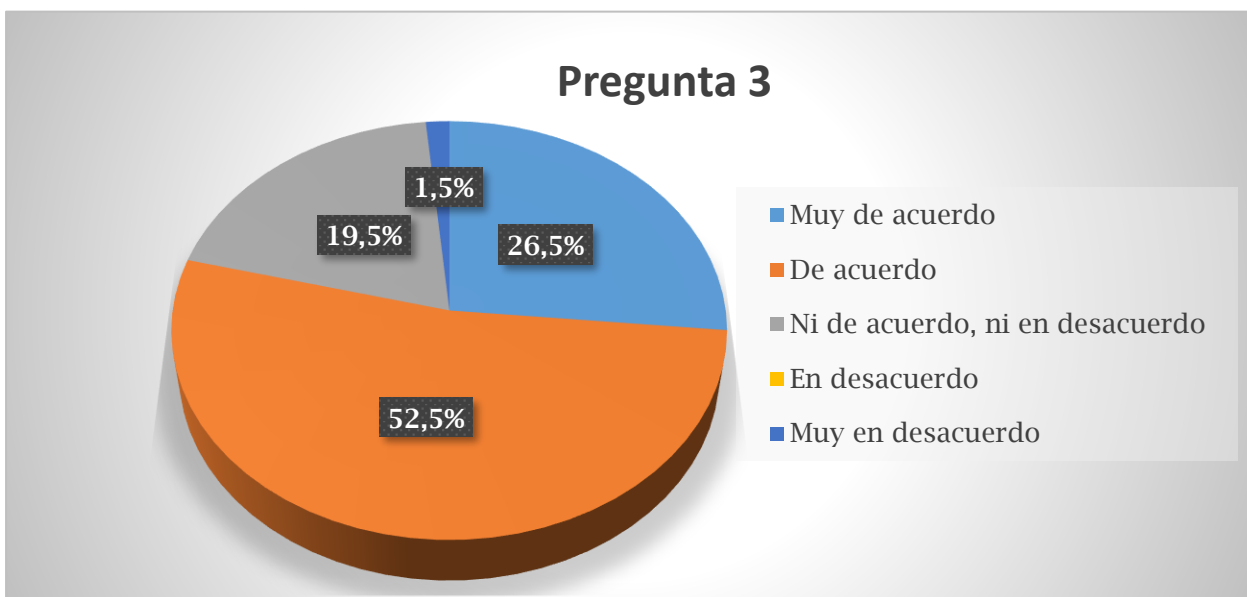
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	53	26,5%
De acuerdo	105	52,5%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	39	19,5%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	3	1,5%
TOTAL	200	100%

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Luis Fabrizio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Figura 3



Fuente: Seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas.

Elaborado por: Luis Fabrizio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Análisis

Los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (53), pertinente al 26,5%; De acuerdo (105), respectivo al 52,5%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (39), coincidente al 19,5%; En desacuerdo (0); correspondiente al 0% y Muy en desacuerdo (3), correspondiente al 1,5%. Subrayando que un 52,5% de los seguidores está de acuerdo que la hibridación facilita el acceso a la información proporcionada por “Ola Informativa”.

Tabla 4

El programa utiliza de manera efectiva los recursos tecnológicos para su transmisión multiplataforma.

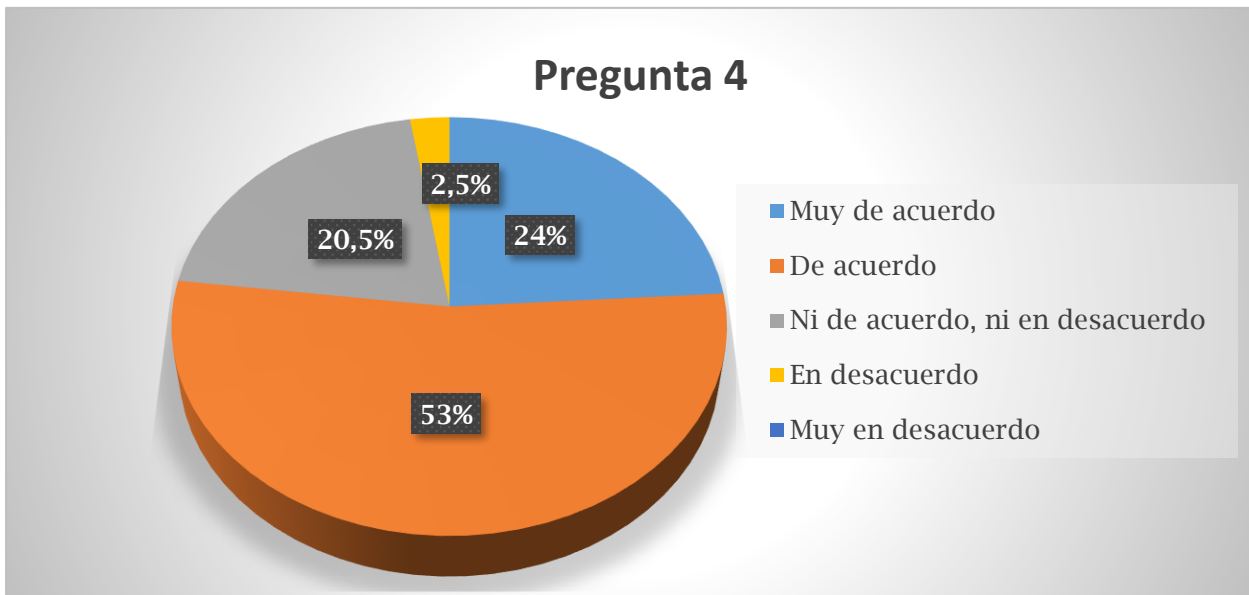
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	48	24%
De acuerdo	106	53%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	41	20,5%
En desacuerdo	5	2,5%
Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL	200	100%

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Figura 4



Fuente: Seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Análisis

Los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (48), correspondiente al 24%; De acuerdo (106), coincidente al 53%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (41), respectivo al 20,5%; En desacuerdo (5); equivalente al 2,5% y Muy en desacuerdo (0), correspondiente al 0%. Remarcando que un 53% de los seguidores está de acuerdo que el programa utiliza de manera efectiva los recursos tecnológicos para su transmisión multiplataforma.

Tabla 5

La disponibilidad del programa a través de Facebook mejora la narrativa de los hechos noticiosos e incrementa el entendimiento de los sucesos.

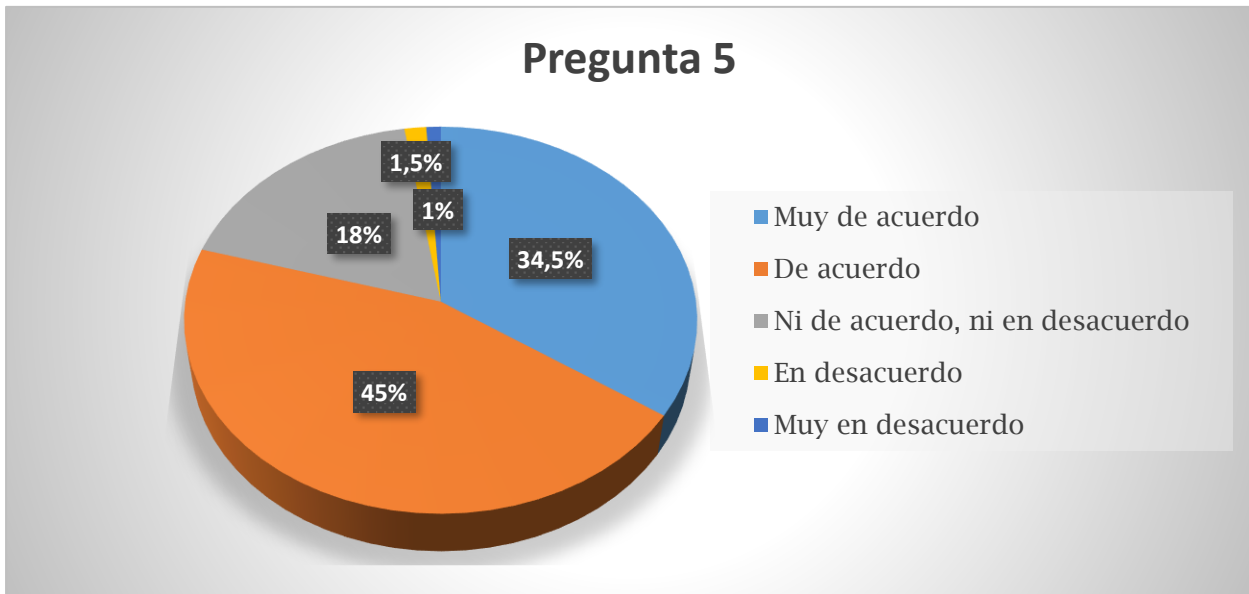
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	69	34,5%
De acuerdo	90	45%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	36	18%
En desacuerdo	3	1,5%
Muy en desacuerdo	2	1%
TOTAL	200	100%

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Figura 5



Fuente: Seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Análisis

Los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (69), equivalente al 34,5%; De acuerdo (90), correspondiente al 45%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (36), respectivo al 18%; En desacuerdo (3); pertinente al 1,5% y Muy en desacuerdo (2), correspondiente al 1%. Destacando que un 45% de los seguidores está de acuerdo que la disponibilidad del programa a través de Facebook mejora la narrativa de los hechos noticiosos e incrementa el entendimiento de los sucesos.

Tabla 6

Durante el programa, los locutores incentivan a la audiencia a participar y expresar sus opiniones mediante los comentarios de Facebook.

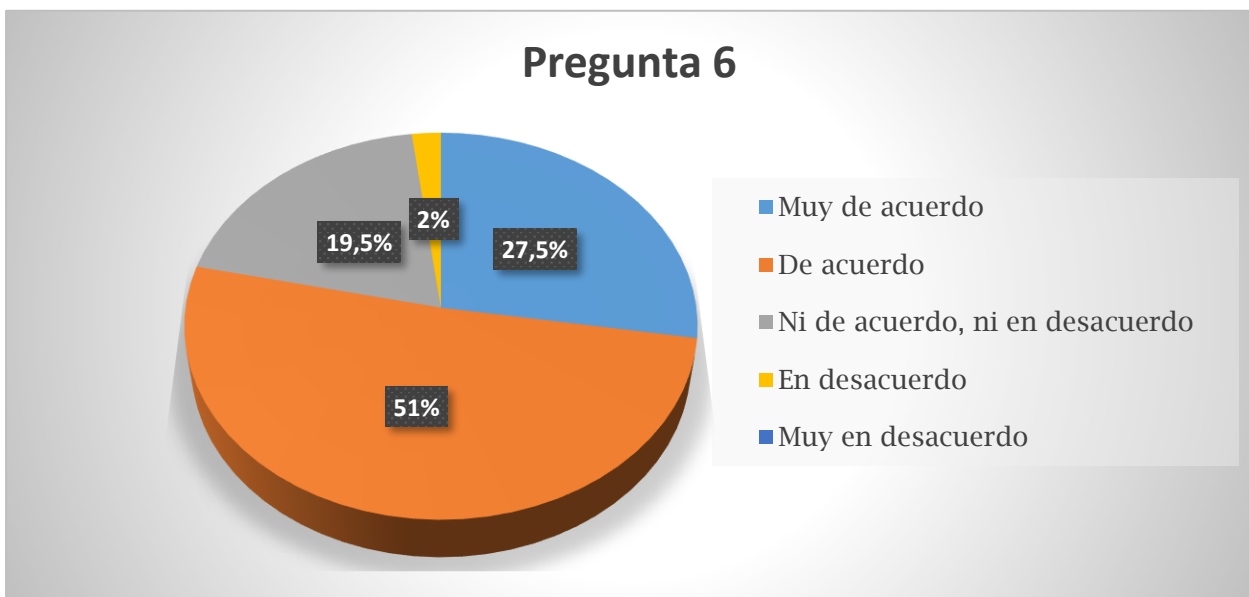
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	55	27,5%
De acuerdo	102	51%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	39	19,5%
En desacuerdo	4	2%
Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL	200	100%

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Figura 6



Fuente: Seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Análisis

Los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (55), correspondiente al 27,5%; De acuerdo (102), respectivo al 51%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (39), semejante al 19,5%; En desacuerdo (4); equivalente al 2% y Muy en desacuerdo (0), correspondiente al 0%. Sobresaliendo que un 51% de los seguidores está de acuerdo que, durante el programa, los locutores incentivan a la audiencia a participar y expresar sus opiniones mediante los comentarios de Facebook.

Tabla 7

Los conductores de “Ola informativa” responden a las preguntas y dudas de la audiencia.

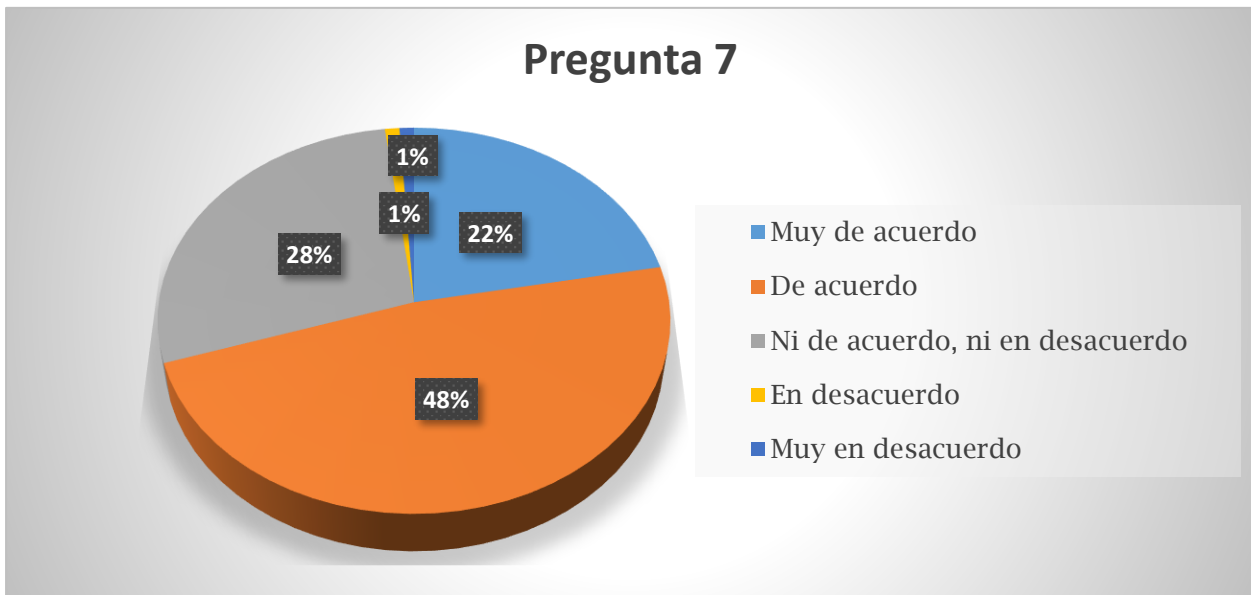
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	44	22%
De acuerdo	96	48%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	56	28%
En desacuerdo	2	1%
Muy en desacuerdo	2	1%
TOTAL	200	100%

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Figura 7



Fuente: Seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Análisis

Los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (44), correspondiente al 22%; De acuerdo (96), pertinente al 48%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (56), equivalente al 28%; En desacuerdo (2); correspondiente al 1% y Muy en desacuerdo (2), vinculado al 1%. Mostrando que un 48% de los seguidores está de acuerdo que los conductores de “Ola informativa” responden a las preguntas y dudas de la audiencia.

Tabla 8

Siento que tengo oportunidades suficientes para interactuar con los conductores del programa a través de redes sociales.

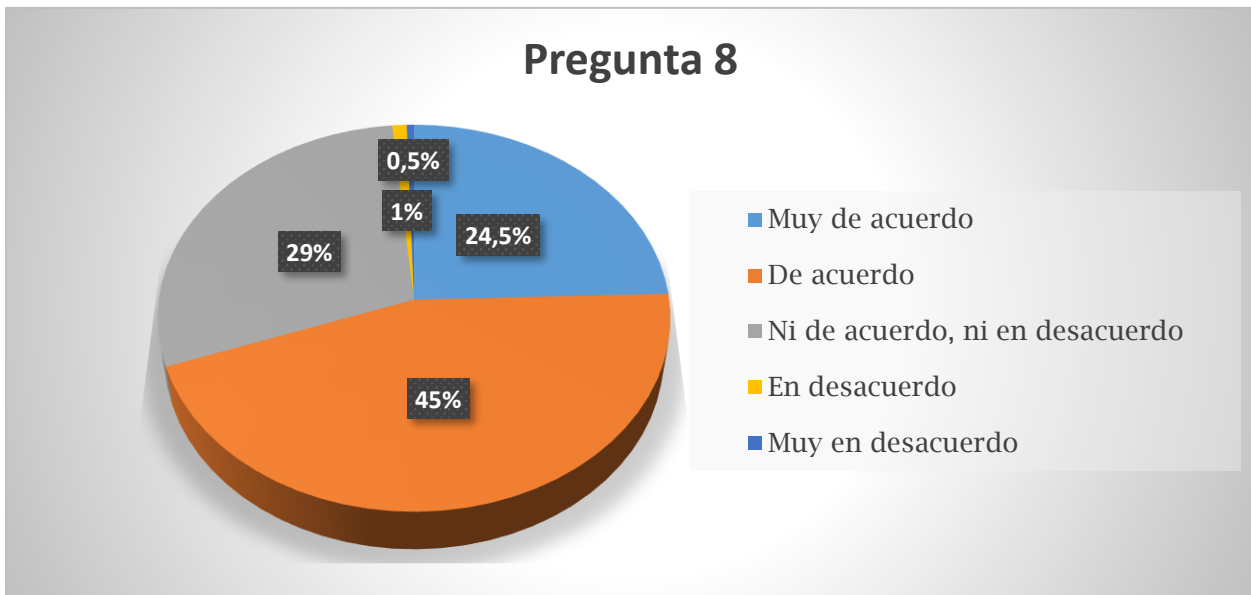
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	49	24,5%
De acuerdo	90	45%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	58	29%
En desacuerdo	2	1%
Muy en desacuerdo	1	0,5%
TOTAL	200	100%

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Figura 8



Fuente: Seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Análisis

Los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (49), correspondiente al 24,5%; De acuerdo (90), vinculado al 45%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (58), respectivo al 29%; En desacuerdo (2); correspondiente al 1% y Muy en desacuerdo (1), equivalente al 0,5%. Enfatizando que un 45% de los seguidores está de acuerdo que tienen oportunidades suficientes para interactuar con los conductores del programa a través de redes sociales.

Tabla 9

El uso de Facebook como plataforma de mediación facilita una mejor retroalimentación con el público.

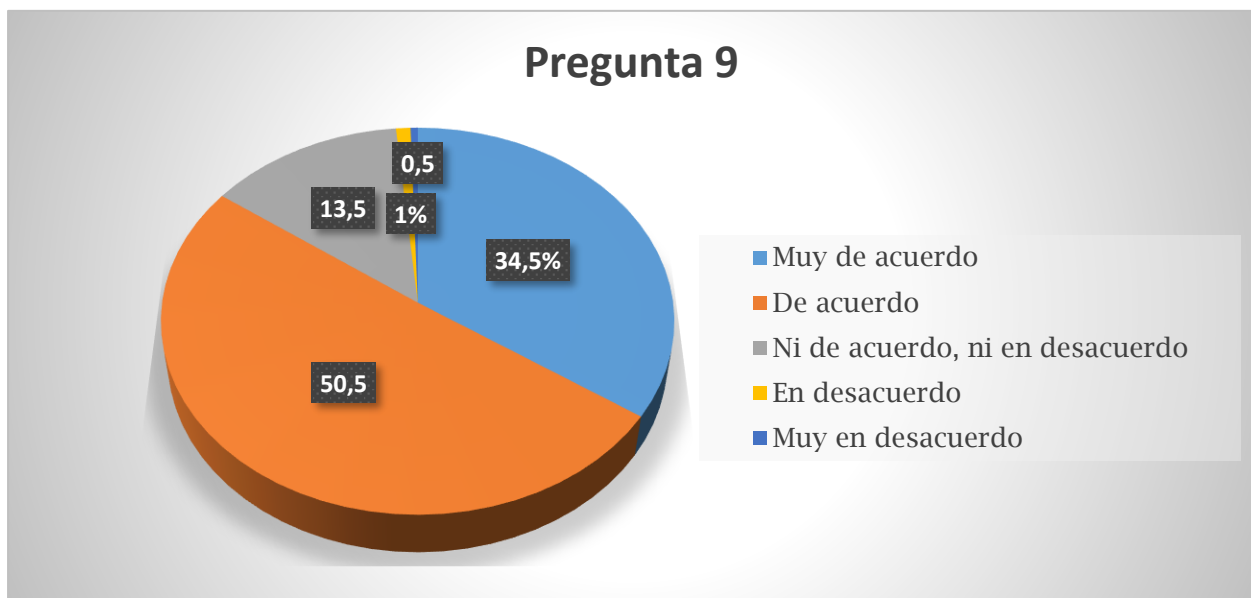
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	69	34,5%
De acuerdo	101	50,5%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	27	13,5%
En desacuerdo	2	1%
Muy en desacuerdo	1	0,5%
TOTAL	200	100%

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Figura 9



Fuente: Seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Análisis

Los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (69), equivalente al 34,5%; De acuerdo (101), respectivo al 50,5%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (27), vinculado al 13,5%; En desacuerdo (2); correspondiente al 1% y Muy en desacuerdo (1), correspondiente al 0,5%. Remarcando que un 50,5% de los seguidores está de acuerdo que el uso de Facebook, como plataforma de mediación, facilita una mejor retroalimentación con el público.

Tabla 10

El programa fortalece su conexión con el público gracias a la mediación en sus transmisiones de Facebook.

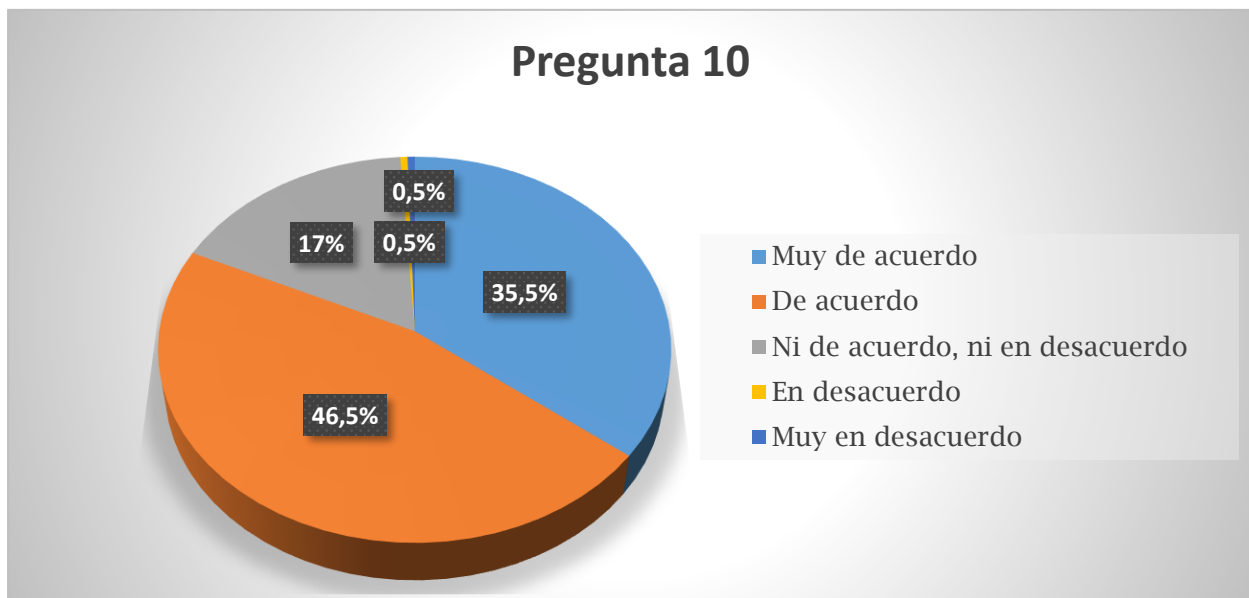
ESCALA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	71	35,5%
De acuerdo	93	46,5%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	34	17%
En desacuerdo	1	0,5%
Muy en desacuerdo	1	0,5%
TOTAL	200	100%

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Fuente: Habitantes de la provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Figura 10



Fuente: Seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas.

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Nota: Elaborado en Exel, 2024

Análisis

Los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (71), correspondiente al 35,5%; De acuerdo (93), equivalente al 46,5%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (34), respectivo al 17%; En desacuerdo (1); correspondiente al 0,5% y Muy en desacuerdo (1), equivalente al 0,5%. Resaltando que un 46,5% de los seguidores está de acuerdo que el programa fortalece su conexión con el público gracias a la mediación en sus transmisiones de Facebook.

4.2. Análisis cualitativo: Entrevista

Tabla 11

Entrevistadores: Luis Fabrizzio Cruz Galarza - Luis Alfonso Rodríguez Vélez

Entrevistados:

Lic. Mabel Belén Paredes Alejandro. Directora de noticias de Radio Salinas 103.3 FM

Lic. Washington Oswaldo Dután, Mgtr. Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social - Magister en Periodismo, mención en Periodismo digital y Gestión de Proyectos Multimedia.

Ab. Fernando Muñoz, MSc. Dueño de Radio Salinas 103.3 FM

Variable	Pregunta	Análisis	Observación
	¿Cuál es el impacto de la hibridación radiofónica en la industria radial, específicamente en el programa “Ola Informativa”?	Los entrevistados resaltan que el impacto de la hibridación radiofónica es impulsado por la convergencia digital. Esto ha permitido que los medios radiales incorporen tecnologías digitales que amplían su alcance y abarcando las diversas regiones de la provincia. Del mismo modo, la inversión en los equipos tecnológicos y las habilidades de los locutores son de vital importancia para garantizar una programación de calidad.	Mediante esta respuesta se encuentra una semejanza con el estudio de López (2011, como se citó en Ramos del Cano, 2014), quien asegura que la llegada de Internet ha hecho posible que la radio hoy en día este en Internet, en el móvil, en el transistor convencional, en la televisión digital y en los pequeños soportes de reproducción ampliando su alcance.
Hibridación radiofónica	¿Qué aspectos técnicos y operativos se deben tomar en cuenta para realizar la hibridación de programas radiales?	Todo los entrevistados concuerdan en la importancia de los equipos tecnológicos. Como deben coexistir la tecnología analógica y digital, así como la diversificación de estos equipos. También se resalta la importancia de contar con personal altamente capacitado para el uso correcto de los equipos tecnológicos y como estos deben estar constantemente instruyéndose.	Conforme a la siguiente respuesta podemos relacionarla con lo expuesto por Clery y otros (2019), en su artículo mencionan que, en el mundo en el que vivimos está profundamente inmerso en el uso de la tecnología, al que todos tenemos acceso directa o indirectamente.
	¿Considera que la hibridación ha mejorado la calidad del contenido informativo que brinda el programa?	Los entrevistado mencionaron que la calidad del contenido es responsabilidad interna del medio y su equipo. La hibridación ha mejorado la calidad del audio proveniente de diversas fuentes, la rapidez del acceso a la información y la	A través de la siguiente respuesta podemos relacionar con lo expuesto en el estudio de Narváez Prieto (2008), que nos define el streaming como la capacidad de transmitir audio o video utilizando un flujo constante de datos para la transmisión.

	interacción con la audiencia que ha incrementado.		
	<p>¿Qué desafíos enfrentan los programas de radio al implementar estrategias de hibridación?</p>	<p>Existen varios desafíos que los entrevistados resaltaron como el manejo del aspecto económico para la ampliación de los recursos tecnológicos y el uso de redes sociales o plataformas propias. El aspecto económico es de los mayores desafíos que enfrentan los medios radiales debido a la inversión que deben realizar en equipos como cámaras, luces, computadoras, consolas análogas y digitales, cabina de control, entre otros. Todos estos enfocados en llevar a la radio a ser un medio híbrido.</p>	<p>Mediante esta respuesta se encuentra una similitud con el estudio de Balsebre Torroja y otros (2023), mencionan que la radio constantemente se enfrenta a nuevas experiencias nuevos retos. Actualmente las emisoras también ofrecen imágenes y los oyentes tienen acceso a contenidos almacenados en repositorios digitales. Este avance representa un salto cualitativo muy importante porque cambia las condiciones de la oferta de programación, que antes se basaba en la caducidad puntual y única.</p>
Mediación	<p>¿Cómo puede la mediación contribuir a fortalecer la relación entre el programa y su audiencia, así como aumentar la fidelidad de los oyentes?</p>	<p>Los entrevistado destacan puntos de vistas que tienen relación entre sí. Se menciona que para fortalecer la relación entre la audiencia y el programa es importante la interacción inmediata, como lo puede ser respondiendo de forma rápida y positiva a las denuncias de los oyentes. Por consiguiente, esto hace que el medio de comunicación aumente su credibilidad y la del periodista que está a cargo de este, construyendo una relación estrecha en la que ambos mantienen dicha reputación.</p>	<p>Conforme a esta respuesta, para fortalecer la relación entre la radio y la audiencia, es necesario una interacción, alineándose con la definición de Castro Ramos y Martínez Bonilla (2017) quienes nos dicen que la integración de contenidos multiplataforma requiere de un profesional capacitado capaz de captar y mantener la atención del receptor mediante un mensaje adecuadamente transmitido.</p>
	<p>¿Cuáles considera que son los aspectos clave para lograr una mediación efectiva entre un programa de radio y su audiencia en el contexto de la hibridación?</p>	<p>Para los entrevistados, el aspecto clave para que el medio cumpla su rol de mediador está en escuchar a su audiencia y mantener la credibilidad ante ellos. Es crucial escuchar las sugerencias de la audiencia para poder mejorar y ajustar la programación a sus preferencias. También</p>	<p>Mediante la siguiente respuesta se encuentra similitud con el estudio de Raigada (2010), quien nos dice que la mediación se produce por la intervención de procesos de comunicación, o de intercambio de información, entre Actores de la Comunicación. De</p>

es fundamental que crean en la veracidad de la información que proporciona la radio debido a que garantiza que el público confíe en el medio. Por último, la importancia de ser más que un portavoz. Las audiencias no solo buscan al medio para que informen sus denuncias, sino que también buscan que se les de respuestas a las mismas.

modo que aquél intercambio sirve para mediar entre el acontecer del entorno (físico y cultural), y los humanos que lo habitan y necesitan adaptarse a aquél.

<p>¿Qué importancia tiene la interacción en tiempo real entre los presentadores y la audiencia a través de Facebook como parte de la mediación en programas como “Ola Informativa”?</p>	<p>Los entrevistados coinciden que es de vital importancia la interacción a tiempo real que tienen con su audiencia. Esto permite que los oyentes tengan respuesta inmediata a sus comentario o dudas, como a fortalecer la fidelidad hacia el programa integrándolos en la discusión o debate. Aunque también destacan que, en el caso de las entrevistas, la interacción inmediata sirve con un indicador para los invitados del nivel de aceptación que tienen, especialmente si esto son políticos.</p>	<p>Conforme a la respuesta se encuentra semejanza con la investigación de Molina (2011), donde afirma que la convergencia de medios digitales, los sistemas multimedia y las programaciones multiplataforma condicionan un entorno comunicacional en el que la interactividad desempeña un papel significativo, proponiéndose como un aumento de las posibilidades y servicios para los involucrados en los procesos de comunicación.</p>
<p>¿Cómo ha evolucionado el papel de la mediación en los programas de radio a lo largo del tiempo, especialmente por el surgimiento de plataformas digitales como Facebook?</p>	<p>La hibridación radiofónica ha permitido mejorar la mediación. La integración de las herramientas tecnológicas permite que la mediación se lleve a cabo digitalmente y no como tradicionalmente se hacía, en donde la persona que quería hacer visible su malestar debía asistir presencialmente al medio de radial. En la actualidad, el uso de redes sociales Facebook permite a la radio realizar estas denuncias de manera inmediata donde se les puede dar respuesta al instante.</p>	<p>Mediante esta respuesta se encuentra una semejanza con el estudio de Romero Zambrano (2015), nos dice que, en la actualidad, los recursos técnicos influyen de una manera determinante en las formas y niveles de comunicación, los procesos comunicativos hoy en día a parte de agilizar los procesos comienzan a promover nuevas formas que son más concretas, rápidas e impersonales.</p>

Esto hace que el medio radial siga siendo el puente entre la autoridad y la ciudadanía, cumpliendo así su rol de mediador de manera efectiva.

Fuente: Expertos en el área radial

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

4.3. Análisis cualitativo: Observación

Tabla 12

Técnica: Observación - Instrumento: Ficha de observación			
Universidad Estatal Península de Santa Elena			
Tema: Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM			
Instrucciones: Marcar las casillas con una X en el casillero correspondiente.		Fecha de inicio: 1 de mayo del 2024	
		Fecha de finalización: 31 de mayo del 2024	
Nombre de Institución: Radio Salinas 103.3 FM		SI	NO
Nombre del programa: Ola Informativa		Observación	
1	El programa se transmite en un horario fijo a través de Facebook.	X	El programa se transmite en un horario fijo de 08h00 a 12h00 a través de la dial. Mientras que en Facebook inicia a la misma hora, pero finaliza a las 09h00, con la excepción de ocasiones en donde contaban con entrevistas en vivo, donde la transmisión de Facebook terminaba a la misma hora que la dial.
2	Existen problemas de producción al momento que el programa se transmite en vivo.	X	Se observo que al momento de transmitir el programa en Facebook existieron problemas de producción. Cabe destacar que estos problemas fueron mínimos.
3	El programa llega a una media fija de 30 o más espectadores por retransmisión en vivo.		La transmisión en vivo del programa no llega a la cantidad de espectadores establecida. Sin embargo, se observó una gran cantidad de espectadores en vivo cuando contaba con entrevistas. Del mismo modo, el programa logra una gran cantidad de visualizaciones luego de terminada su transmisión en vivo.
4	Se integran elementos audiovisuales durante la emisión del programa en vivo.	X	Durante el programa se integran varios elementos audiovisuales como video reportajes de los sucesos nacionales pertenecientes a otros medios de comunicación sin darles mención y reportajes de hechos locales realizados por el mismo medio radial. También la utilización de video enfocando a la locutora y fondo animado proyectado en televisores.
5	La transmisión en Facebook se encuentra sincronizada con el		Se logro presenciar que a pesar de que el programa se

	contenido en la dial.		transmitida a la misma hora a través de ambas señales, la emisión por Facebook siempre va ligeramente atrasada con respecto a la dial.
6	Se notifica a la audiencia de la dial cuando el programa está siendo retransmitido en vivo por Facebook	X	Durante el programa, se menciona que el programa se encuentra en transmisión simultánea por la dial y Facebook. En adición, la aplicación de Facebook notifica a los seguidores del medio cuando se encuentran transmitiendo en vivo.
7	La audiencia participa activamente escribiendo su opinión en los comentarios de la emisión en vivo.	X	Los espectadores del programa en vivo, en su mayoría, no suelen dejar comentarios expresando sus opiniones o dudas. Esta situación es diferente al momento de las entrevistas, ahí se logra observar una gran cantidad de comentarios en la emisión de Facebook.
8	El medio da la respectiva relevancia a las problemáticas que exponen sus espectadores en comentarios.	X	La locutora del programa destaca las opiniones de los espectadores cuando estos se expresan en los comentarios.
9	Existen espacios dentro del programa dedicados a mencionar las opiniones que los espectadores escriben en los comentarios.	X	Dentro del programa, la locutora se dedica a mencionar los comentarios de sus espectadores. En caso de no existir comentarios, se exponen las denuncias ciudadanas que su audiencia les envía a través de su número de WhatsApp.
10	Los locutores responden de manera objetiva y relevante a los comentarios de la audiencia.	X	Al momento de responder las dudas de los espectadores, la locutora da la relevancia necesaria a estas problemáticas y siempre de manera oportuna. Se percibió el dominio y conocimiento de la realidad que rodea a los ciudadanos.

Fuente: Ficha de observación

Elaborado por: Luis Fabrizzio Cruz Galarza y Luis Alfonso Rodríguez Vélez, junio de 2024.

Discusión

Luego de recopilar y analizar los datos obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos cuantitativos y cualitativos, se demuestra que la hibridación radiofónica incide en el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola Informativa” de Radio Salinas 103.3 FM. Se ha evidenciado que la hibridación no solo mejora la calidad del contenido y la velocidad de acceso a la información, sino que también fortalece la relación entre el programa y sus oyentes, incrementando la fidelidad de la audiencia. La integración de plataformas digitales como Facebook ha transformado los procesos de mediación, facilitando una interacción más rápida y efectiva.

5.1. Discusión de la encuesta

A través de las encuestas, la cual estuvo estructurada por 10 interrogantes, se pudo resaltar la pregunta número 1. La transmisión simultánea de “Ola Informativa” a través de la dial y Facebook mejora la calidad del programa; los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (50), correspondiente al 25%; De acuerdo (106), correspondiente al 53%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (40), correspondiente al 20%; En desacuerdo (2); correspondiente al 1% y Muy en desacuerdo (2), correspondiente al 1%. Destacando que un 53% de los seguidores está de acuerdo que la transmisión simultánea de “Ola Informativa” a través de la dial y Facebook mejora la calidad del programa.

En referencia a lo mencionado Piedra-Abril y Rincón del Valle (2023) nos dicen que las radios están constantemente transformándose para explorar nuevos formatos y cómo difundirlos. Existen medios radiales que adaptan sus contenidos a redes sociales, esto les permite tener más cercanía con los radioescuchas más jóvenes, quienes aprecian poder acceder al contenido desde sus teléfonos y hacen posible la evolución de la audiencia local a un público global. Es importante que los medios radiales se mantengan constantemente actualizados a los nuevos formatos que van a aparecer para que no se estancuen. La constante innovación es el punto más importante actualmente para que las radios logren mantenerse como un medio de comunicación relevante.

La siguiente pregunta seleccionada fue la número 3, la cual nos permitió considerar si la hibridación facilita el acceso a la información proporcionada por “Ola Informativa”; los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (53), correspondiente al 26,5%; De acuerdo (105), correspondiente al 52,5%; Ni de

acuerdo, ni en desacuerdo (39), correspondiente al 19,5%; En desacuerdo (0); correspondiente al 0% y Muy en desacuerdo (3), correspondiente al 1,5%. Destacando que un 52,5% de los seguidores está de acuerdo que la hibridación facilita el acceso a la información proporcionada por “Ola Informativa”.

El análisis se relaciona con lo expuesto por Balsebre-Torroja y otros (2023) los cuales mencionan que, la radio constantemente se enfrenta a nuevas experiencias nuevos retos. Actualmente las emisoras también ofrecen imágenes y los oyentes tienen acceso a contenidos almacenados en repositorios digitales. Este avance representa un salto cualitativo muy importante porque cambia las condiciones de la oferta de programación, que antes se basaba en la caducidad puntual y única. La radio ha experimentado una metamorfosis significativa, adaptándose a la era digital y extendiendo sus raíces a través de diversas plataformas. La llegada de Internet no solo ha ampliado su alcance, sino que también ha redefinido la forma en que el público se relaciona con este medio.

La siguiente interrogante seleccionada fue la número 5, la cual nos permitió considerar si la disponibilidad del programa a través de Facebook mejora la narrativa de los hechos noticiosos e incrementa el entendimiento de los sucesos; Los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (69), correspondiente al 34,5%; De acuerdo (90), correspondiente al 45%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (36), correspondiente al 18%; En desacuerdo (3); correspondiente al 1,5% y Muy en desacuerdo (2), correspondiente al 1%. Destacando que un 45% de los seguidores está de acuerdo que la disponibilidad del programa a través de Facebook mejora la narrativa de los hechos noticiosos e incrementa el entendimiento de los sucesos.

Esta respuesta se relaciona con el concepto de Van-Haandel y Ramos (2015, como se citó en Espada, 2022) quienes nos manifiestan que la presencia en múltiples plataformas permite a la radio diversificar las formas y los contenidos con los que llegar a sus audiencias. La creación de un sitio web, publicaciones de notas sobre la programación y el manejo de redes sociales expande sus capacidades como centro generador de contenidos radiofónicos. El uso de estas plataformas es de vital importancia debido a que convierten al medio en un referente informativo que expande su programación con la inclusión de reportajes en vivo o la redacción de nota periodística.

La siguiente interrogante seleccionada fue la número 7, la cual nos permitió considerar si los conductores de “Ola informativa” responden a las preguntas y dudas de la audiencia; los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (44), correspondiente al 22%; De acuerdo (96), correspondiente al 48%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (56), correspondiente al 28%; En desacuerdo (2); correspondiente al 1% y Muy en desacuerdo (2), correspondiente al 1%. Destacando que un 48% de los seguidores está de acuerdo que los conductores de “Ola informativa” responden a las preguntas y dudas de la audiencia.

En referencia a lo mencionado Dragomir (2021) afirma que un sistema de medios convergente, los medios de servicio público deben enfocarse en la participación ciudadana, otorgando a la audiencia mayor control en la financiación, involucrando a la sociedad civil en la gobernanza y permitiendo una participación más significativa de los ciudadanos en la producción de contenido. Involucrar a los ciudadanos en los medios de comunicación resulta de mucha importancia en la era actual debido a la fuerte competitividad que tienen para atraer y retener a las audiencias, especialmente en medios que han pasado a ser totalmente híbridos.

La siguiente pregunta seleccionada fue la número 9, la cual nos permitió considerar si el uso de Facebook como plataforma de mediación facilita una mejor retroalimentación con el público; los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (69), correspondiente al 34,5%; De acuerdo (101), correspondiente al 50,5%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (27), correspondiente al 13,5%; En desacuerdo (2); correspondiente al 1% y Muy en desacuerdo (1), correspondiente al 0,5%. Destacando que un 50,5% de los seguidores está de acuerdo que el uso de Facebook, como plataforma de mediación, facilita una mejor retroalimentación con el público.

El análisis se relaciona con lo expuesto por Raigada (2010) que nos dice que la mediación se produce por la intervención de procesos de comunicación, o de intercambio de información, entre Actores de la Comunicación. De modo que aquél intercambio sirve para mediar entre el acontecer del entorno (físico y cultural), y los humanos que lo habitan y necesitan adaptarse a aquél. La mediación en la comunicación no solo actúa como un vínculo esencial entre los individuos y su entorno, sino que también desempeña un papel fundamental en la construcción de significado y la adaptación a las complejidades del mundo físico y cultural que nos rodea.

La última interrogante seleccionada fue la número 10, la cual nos permitió considerar si el programa fortalece su conexión con el público gracias a la mediación en sus transmisiones de Facebook; los seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas respondieron lo siguiente: Muy de acuerdo (71), correspondiente al 35,5%; De acuerdo (93), correspondiente al 46,5%; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (34), correspondiente al 17%; En desacuerdo (1); correspondiente al 0,5% y Muy en desacuerdo (1), correspondiente al 0,5%. Destacando que un 46,5% de los seguidores está de acuerdo que el programa fortalece su conexión con el público gracias a la mediación en sus transmisiones de Facebook.

Esta respuesta se relaciona con el concepto de Masip y otros (2019) quienes nos manifiestan que, en el nuevo ecosistema mediático, donde los medios son una parte esencial del día a día y las audiencias se están convirtiendo en más relacionales y participativas, la tradicional separación entre audiencias y públicos se difumina, como se difumina también la separación entre espacios públicos y privados. Este cambio refleja una transformación profunda en la forma en que nos relacionamos con los medios y entre nosotros mismos.

5.2. Discusión de la entrevista

A través de la entrevista, la cual estuvo estructurada por 8 interrogantes, se pudo resaltar la pregunta número 1. El impacto de la hibridación radiofónica en la industria radial, específicamente en el programa “Ola Informativa”; los entrevistados resaltan que el impacto de la hibridación radiofónica es impulsado por la convergencia digital. Esto ha permitido que los medios radiales incorporen tecnologías digitales que amplían su alcance y abarcando las diversas regiones de la provincia. Del mismo modo, la inversión en los equipos tecnológicos y las habilidades de los locutores son de vital importancia para garantizar una programación de calidad.

En referencia a lo mencionado López (2011, como se citó en Ramos del Cano, 2014) nos indica que la llegada de Internet y la imposición de su modelo de accesibilidad como nuevo paradigma social ha hecho posible que la radio de hoy está en Internet, en el móvil, en el transistor convencional, en la televisión digital y en los pequeños soportes de reproducción. Con este concepto se puede decir que la radio no conoce límites geográficos ni restricciones de dispositivos, y su presencia se manifiesta de manera polifacética, alcanzando a audiencia a través del internet.

La siguiente pregunta seleccionada fue la número 3, la cual nos permitió considerar si la hibridación ha mejorado la calidad del contenido informativo que brinda el programa; los entrevistados mencionaron que la calidad del contenido es responsabilidad interna del medio y su equipo. La hibridación ha mejorado la calidad del audio proveniente de diversas fuentes, la rapidez del acceso a la información y la interacción con la audiencia que ha incrementado.

Esta respuesta se relaciona con el concepto de Narváez-Prieto (2008), donde define el streaming como la capacidad de transmitir audio o video utilizando un flujo constante de datos para la transmisión. Esto permite escuchar o ver de manera simultánea lo que se está transmitiendo desde un servidor web. Esta modalidad de transmisión ha traído consigo la posibilidad de que los consumidores puedan disfrutar de contenido de calidad y a su vez acceder a los contenidos de medios radiales en cualquier momento.

La siguiente interrogante seleccionada fue la número 5, la cual nos permitió considerar si la mediación contribuye a fortalecer la relación entre el programa y su audiencia, así como aumentar la fidelidad de los oyentes; los entrevistado destacan puntos de vistas que tienen relación entre sí. Se menciona que para fortalecer la relación entre la audiencia y el programa es importante la interacción inmediata, como lo puede ser respondiendo de forma rápida y positiva a las denuncias de los oyentes. Por consiguiente, esto hace que el medio de comunicación aumente su credibilidad y la del periodista que está a cargo de este, construyendo una relación estrecha en la que ambos mantienen dicha reputación.

En referencia a lo antes mencionado Castro-Ramos y Martínez-Bonilla (2017) plantea que la integración de contenidos multiplataforma requiere de un profesional capacitado en la producción multiplataforma, capaz de captar y mantener la atención del perceptor mediante un mensaje adecuadamente transmitido. Es importante destacar la necesidad que tiene los medios de comunicación en contar con profesionales capacitados para adaptar correctamente sus contenidos a plataformas con características diferentes a las que están acostumbrados a transmitir la programación. Esto es parte fundamental para que los medios de comunicación logren con su objetivo de obtener más audiencia.

Para terminar con el apartado de entrevista, se escogió la interrogante número 8, la cual nos permitió considerar si ha evolucionado el papel de la mediación en los programas de radio a lo largo del tiempo, especialmente por el surgimiento de plataformas digitales como Facebook; los entrevistados mencionaron que la hibridación radiofónica ha permitido mejorar la mediación.

La integración de las herramientas tecnológicas permite que la mediación se lleve a cabo digitalmente y no como tradicionalmente se hacía, en donde la persona que quería hacer visible su malestar debía asistir presencialmente al medio de radial. En la actualidad, el uso de redes sociales Facebook permite a la radio realizar estas denuncias de manera inmediata donde se les puede dar respuesta al instante. Esto hace que el medio radial siga siendo el puente entre la autoridad y la ciudadanía, cumpliendo así su rol de mediador de manera efectiva.

Esta respuesta se relaciona con el concepto de Romero-Zambrano (2015) que nos dice que, en la actualidad, los recursos técnicos influyen de una manera determinante en las formas y niveles de comunicación, es evidente que los procesos comunicativos hoy en día a parte de agilizar los procesos comienzan a promover nuevas formas que son más concretas, rápidas e impersonales. Los recursos tecnológicos han ejercido una influencia significativa en la comunicación. Esta influencia atraviesa diversas fronteras y culturas, impulsando la dinámica de nuestras interacciones diarias. Estos progresos han puesto en marcha una nueva dimensión en la comunicación, caracterizada por su inmediatez y eficacia.

5.3. Discusión de la ficha de observación

En el apartado correspondiente a la ficha de observación compuesta de diez interrogantes, se seleccionaron cuatro preguntas pertinentes para la discusión, dos correspondientes a la variable independiente y otras dos de la variable dependiente. En la pregunta número tres se logró determinar que durante la transmisión del programa existieron problemas de producción, a pesar de ser mínimos, entorpecían la emisión a través de la dial y Facebook. Dicho hallazgo se relaciona con lo mencionado por Balsebre-Torroja y otros (2023), quienes explican que los medios radiales se enfrentan constantemente a nuevas experiencias y retos debido a que también ofrecen imágenes y las audiencias tienen más fácil el acceso a su contenido, lo que representa un salto cualitativo que cambia las condiciones de la oferta de programación. Conociendo esta conceptualización, se demuestra que para los medios radiales sigue suponiendo un reto llevar a cabo esta hibridación a la perfección y que siguen expuestos a tener problemas de producción en su programación.

La interrogante número tres que refiere a si el programa logra llegar a 30 o más espectadores en vivo a través de Facebook, se identificó que la mayoría de las transmisiones no logra llegar a este número de espectadores. Sin embargo, cuando se realizan entrevistas durante el informativo, superan por mucho el número de espectadores establecidos en la pregunta. Del

mismo modo, se observó que el programa obtiene una gran cantidad de visualización después de ser transmitido en vivo. Acorde con lo mencionado, Videla-Rodríguez y Piñeiro-Otero (2017) explican que la mayor parte de la audiencia aun prefiere sintonizar emisoras a través de la radio convencional, pero que los consumidores de la radio online prefieren el streaming, teniendo un escenario donde los oyentes consumen contenidos según sus necesidades e intereses. Lo expuesto determina que las audiencias son las que eligen como y cuando consumir el contenido del programa “Ola Informativa”, sea en vivo a través de la dial y la transmisión de Facebook o acudir a ellos en el momento que ellos puedan observarlos.

La siguiente interrogante corresponde a la pregunta número ocho en la que se buscó dictaminar si el medio daba relevancia a las problemáticas que expresan sus espectadores en los comentarios de la transmisión en vivo por Facebook, demostrando que la locutora a cargo del programa menciona y da relevancia a cada una de las problemáticas expresadas por sus oyentes, a pesar de no siempre contar con una gran cantidad de comentarios. En relación con lo descrito, Jaramillo-Castillo y otros (2022) indican lo esencial de la participación ciudadana para la discusión de problemas, es ahí donde se concretan las interacciones. Además, esto implica la participación en la producción del contenido de los medios. Esto determina la importancia de la audiencia y su participación haciéndolos parte del esencial en la producción de contenido del programa.

La última interrogante seleccionada es la nueve, que refiere sobre la existencia de espacios dedicados a la mención de las opiniones que dejan los espectadores en Facebook, donde es importante destacar que la locutora dedica momentos del informativo a leer las opiniones de la audiencia. Sin embargo, al contar con poca o nula participación de la audiencia a través de los comentarios en vivo, la locutora ocupa este espacio para hacer mención de las denuncias ciudadanas que va recestando a través del número de WhatsApp de la radio.

En referencia a lo señalado, Peña-Orozco y otros (2016) expresa que los medios de comunicación tienen la función crucial de fomentar la participación ciudadana. Además, Orozco Gómez (1997) hace alusión a la importancia de las audiencias quienes tienen la disposición de resistir o aceptar el contenido de los medios, junto a sus perspectivas y aspiraciones. Con lo expuesto por los autores, se logra comprender que las audiencias en el aspecto híbrido aún no se muestran tan participativas y que aún se hacen partícipes en la programación a través de métodos tradicionales.

Conclusiones

- La hibridación radiofónica del programa “Ola Informativa” de Radio Salinas 103.3 FM ha demostrado tener un impacto significativo en el proceso de mediación con la audiencia. La combinación de transmisiones tradicionales por señal FM y plataformas digitales como Facebook ha mejorado la recepción y participación del público, permitiendo una construcción más sólida de la identidad y percepción del programa dentro del contexto mediático actual. El uso de plataformas digitales ha facilitado un canal de retroalimentación constante donde los oyentes pueden interactuar, compartir opiniones y sugerencias en tiempo real. Esta interacción constante y efectiva entre la audiencia y el programa ha contribuido significativamente a una comunicación más dinámica y participativa.
- El análisis de la hibridación del programa "Ola Informativa" revela que los aspectos técnicos y operativos de la transmisión simultánea por la señal dial 103.3 FM y la página de Facebook han sido implementados de manera efectiva. La radio cuenta con recursos tecnológicos adecuados que permiten una transmisión sin problemas y una alta calidad en el contenido presentado. Sin embargo, se identificaron oportunidades para optimizar aún más la integración tecnológica, como la adopción de nuevas herramientas y plataformas digitales emergentes que pueden mejorar la interactividad y el compromiso de la audiencia. Es crucial continuar evaluando y actualizando la infraestructura técnica para mantener la competitividad y responder a las crecientes demandas de una audiencia digitalmente conectada.
- La evaluación de la mediación a través del nivel de interacción y retroalimentación en la transmisión del programa en Facebook muestra que la audiencia participa en la plataforma digital. Esta participación activa es un claro indicador de que la audiencia valora la oportunidad de ser parte del programa y tener una voz dentro de la comunidad digital creada alrededor de “Ola Informativa”. La calidad de la comunicación y los mecanismos utilizados para fomentar la participación han sido efectivos en general.
- El monitoreo de la modalidad híbrida del programa en la página de Facebook ha permitido identificar que, aunque el programa logra mantener una conexión significativa con su audiencia, hay oportunidades para fortalecer esta relación. Mejorar la dinámica de mediación y ofrecer contenidos más interactivos y personalizados puede asegurar una

conexión más sólida y significativa con el público, ampliando así su alcance y fidelidad. Además, la implementación de análisis de datos y feedback constante puede proporcionar información valiosa para adaptar el contenido a las preferencias y necesidades de la audiencia, optimizando así la estrategia de comunicación híbrida.

- Los resultados obtenidos de las entrevistas, encuestas y fichas de observación indican que la audiencia valora positivamente la hibridación del programa "Ola Informativa". Las encuestas muestran un alto nivel de satisfacción y participación, mientras que las entrevistas resaltan la apreciación de la audiencia por la accesibilidad y la interactividad del contenido. Las observaciones revelan que la combinación de plataformas ha incrementado significativamente el alcance y la efectividad del programa en su rol de mediador informativo. Estos hallazgos subrayan la importancia de continuar explorando y optimizando la hibridación de medios para mantener y aumentar la lealtad y el compromiso de la audiencia, asegurando así una mediación efectiva y relevante en el entorno digital actual.

Recomendaciones

- La hibridación radiofónica en el programa “Ola Informativa” ha influido positivamente en el proceso de mediación con su audiencia. Por lo tanto, se recomienda que el medio radial amplíe el programa a nuevas plataformas con el objetivo de alcanzar mucha más audiencia, expandir las posibilidades de consumo del contenido según las preferencias de sus oyentes y llevar a cabo su rol de mediador.
- Se sugiere que Radio Salinas 103.3 FM utilice sus herramientas tecnológicas para expandir el programa “Ola Informativa” creando contenidos propios como la elaboración de noticias o video reportajes. A su vez, se recomienda que exploren otras plataformas para la transmisión del contenido, como nuevas herramientas digitales que permitan que el informativo logre expandirse a nuevas audiencias.
- Se recomienda incrementar las estrategias para aumentar la participación y mejorar la interacción constante con la audiencia. Estrategias como la incorporación de contenido interactivo, encuestas en tiempo real, y sesiones de preguntas y respuestas pueden enriquecer la experiencia del usuario y fomentar una relación más cercana y dinámica entre el programa y sus seguidores.
- Posterior al monitoreo realizado, se recomienda que “Ola Informativa” realice contenidos promocionales que ayuden a incrementar el número de audiencia en sus transmisiones en vivo y así generar fidelidad hacia el programa y medio radial. Estos contenidos pueden ser historias o podcast informativas que contengan las noticias más relevantes de las que se comentaran en el programa. Del mismo modo, también se sugiere utilizar las herramientas como Facebook ADS para publicitar el programa.
- Los resultados obtenidos en el estudio demuestran que Radio Salinas 103.3 FM es un medio radial que ha logrado una correcta hibridación de sus contenidos a Facebook logrando una recepción positiva de su público. En el caso de “Ola Informativa”, se sugiere que el programa siga la línea de trabajo en que se encuentran y que poco a poco exploren en nuevas oportunidades que les permitan obtener más audiencia y así seguir cumpliendo con la mediación no solo en el ámbito local, sino también a nivel nacional, para lograr consolidarse como un referente informativo.

Referencias

- Albarello, F. (2013). Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. *Austral Comunicación*, 2(2), 247-249. Austral Comunicación: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5652806>
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=486755023011>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2019, 20 de febrero). *Ley Orgánica de Comunicación*. Ecuador. <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2021, 25 de enero). *Constitución de la República del Ecuador*. Ecuador. https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2022, 14 de noviembre). *Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación*. Ecuador. https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/private/asambleanacional/filesasambleanacionalnameuid-29/Leyes%202013-2017/1159-jcardenas/ro-188-2s-14-11-2022_comp.pdf
- Balsebre-Torroja, A., Ortiz-Sobrino, M. Á., & Soengas-Pérez, X. (2023). Radio crossmedia y radio híbrida: la nueva forma de informarse y entretenerse en el escenario digital. *Revista Latina De Comunicación Social*(81), 17-39. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1848>
- Barbero, J. M. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona 19&7. https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comunicacionyrecepcion/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf
- Barrios-Rubio, A. (2013). La radio en la era de la sociedad digital. *AdComunica*(5), 37-54. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.4>
- Benito-Cabello, M. F., & Sánchez-Leyva, M. J. (2019). Cómo grita la tipografía. Procesos de mediación cultural y condición de lo visible. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*(28), 133-150. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n28a07>
- Broseta-Dupré, B., Escribá-Esteve, A., López-García, G., Pacual-Lavilla, F., Maudos-Villarroya, J., & Pérez-García, F. (2023). *Los medios de comunicación en la era digital*. Fundación BBVA. Retrieved 12 de mayo de 2024, from Los medios de comunicación en la era digital: https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/07/DE_2023_MediosComunicacion_Ivie.pdf

- Canseco-Rojano, R. A. (2014). *Medios masivos de comunicación, mediatización y discurso político: equidad y su impacto en la democracia*. UAM, Unidad Cuajimalpa, División de Ciencias Sociales y Humanidades.
<http://ilitia.cua.uam.mx:8080/jspui/handle/123456789/241>
- Carballa-Rivas, N. M. (2018). Una estructura de la comunicación, actualizada. *Ñawi*, 2(2), 163-166. <https://doi.org/10.37785/nw.v2n2.m3>
- Castro-Ramos, W. E., & Martínez-Bonilla, C. A. (2017). *Gestión multiplataforma de la comunicación en la programación de la Radio Turbo 93.3 de la Ciudad de Ambato*. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Carrera de Comunicación Social.
<https://doi.org/http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/25681>
- Checa-Cabrera, M. A., & Chicaiza-Inuca, A. P. (2016). *Proyecto de radio streaming web y móvil para la comunicación de información académica y de entretenimiento a la comunidad universitaria de Otavalo*. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/5022>
- Choez-Villa, J. R. (2023). *Narrativa periodística para el tratamiento de los contenidos educativos y culturales en el diario Súper Peninsular*. La Libertad. UPSE, Matriz. Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud.
<https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9157>
- Clery, A., Guarda, T., Mendoza, C., Sojos, M., & Villón, H. (2019). Pharming y Phishing: Delitos Informáticos Penalizados por la Legislación Ecuatoriana. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*(E17), 671-677.
<https://www.proquest.com/docview/2195127299?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Díaz-Pomar, P. E. (2019). *Crítica a “De los medios a las mediaciones” de Martín Barbero o sobre la necesidad de dialogar con Stuart Hall*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. <http://hdl.handle.net/10644/6839>
- Dragomir, M. (2021). Participación ciudadana en los medios de comunicación de servicio público: lo que realmente significa. *AdComunica*(21), 25-44.
<https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.3>
- Dután, W. O., Maldonado-López, S. B., & Romero-Quiroga, K. R. (2023). Creación de contenidos en el nuevo esquema de comunicación masiva. *RECIMUNDO*, 7(1), 398-406.
[https://doi.org/10.26820/recimundo/7.\(1\).enero.2023.398-406](https://doi.org/10.26820/recimundo/7.(1).enero.2023.398-406)
- Echeverría-Maggi, D. X., Cochea-Panchana, G., & Bazán-Alfonzo, V. H. (2023). Uso de técnicas radiofónicas y lenguaje en los locutores radiales de Santa Elena. *Dominio De Las Ciencias*, 9(1), 584-608.
<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/3152>

- Espada, A. (2022). El contenido radiofónico por otros medios. Estrategias de distribución y comunicación en redes de actores radiofónicos argentinos (2019-2020). *Comunicación Y Medios*, 31(46), 120-134. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.66863>
- Galarza-Ligña, V. N., Culqui-Medina, A. M., & Ávalos-Torres, M. B. (2022). Nuevas narrativas e innovación sonora en las plataformas digitales. En V. Crespo, Y. Ramos, & F. Rivas, *Las nuevas narrativas de la convergencia gestión empresarial, marketing y comunicación* (págs. 97-115). Centro de Publicaciones PUCE. <https://www.pucesi.edu.ec/webs2/wp-content/uploads/2020/10/Libro-Nuevas-Narrativas.pdf>
- Garcés-Montoya, Á., & Acosta-Valencia, G. L. (2019). Periodismo comunitario: apropiación, mediación y transferencia de medios. Diálogo de saberes entre Academia y colectivos de comunicación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 819-832. <https://doi.org/10.5209/esmp.64810>
- García-Clavería, M. (2013). La realidad actual del streaming de video: el streaming tradicional vs alternativas actuales. *XVI Concurso de Trabajos Estudiantiles (EST)-JAIIO 42*, 285-297. Sociedad Argentina de Informática e Investigación Operativa: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/94882>
- García-González, A. (2013). De la radio interactiva a la radio transmedia. *Icono14*, 11(2), 251-267. <https://doi.org/10.7195/ri14.v11i2.567>
- Gómez Calderón, B. J., Roses, S., & García Borrego, M. (2017). Los nuevos perfiles profesionales del periodista desde la perspectiva académica española. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(1), 191-200. <https://doi.org/https://doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.14>
- González Bernal, M. I., Roncallo-Dow, S., & Arango-Forero, G. (2018). *Estudiar las audiencias: tradiciones y perspectivas*. Universidad de La Sabana. <https://elibro.net/es/ereader/upse/123526?page=31>.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza-Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México, México: Mc Graw Hill Education. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Infante-Pineda, S. (2018). *Vivir la radio: empresa, tecnología y audiencia*. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/upse/titulos/59098>
- Jaramillo-Castillo, F. R., Santín-Picoita, F. G., & Henríquez-Mendoza, E. F. (2022). La participación ciudadana e institucional en el ejercicio democrático del derecho a la comunicación: caso Loja – Ecuador. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 6(2), 1020-1046. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1935
- Kruzakaya-Ordóñez, A. S., & Herrero-Gutiérrez, F. J. (2020). La coexistencia de la radio y las redes sociales en el proceso de convergencia mediática en España. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*(extraordinari 2020), 1-16. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3206>

- León-Valle, B. W., & Medina-Reyes, G. T. (2022). Fuentes periodísticas y verificación de la información en el Profe TV, de la parroquia Manglaralto. *Revista Científica Arbitrada De Investigación En Comunicación, Marketing Y Empresa REICOMUNICAR*, 5(10), 85-103. <https://doi.org/10.46296/rc.v5i10edespsep.0084>
- López, P. L. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Punto cero*, 9(8), 69-74. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es
- López-Mera, L. I., Intriago-Intriago, L. D., Hernández-Ponce, E. A., Zambrano-Zambrano, N. L., & Castro-Coello, R. L. (2022). El proceso comunicativo como elemento sustancial en la nivelación de carrera del instituto de admisión y nivelación de la Universidad Técnica de Manabí. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), 1774-1791. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1995
- Márquez, M. C. (2016). Sobre la naturaleza de la mediación. *Horizonte de la Ciencia*, 6(10), 49-60. <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2016.10.201>
- Marta-Lazo, C., Gómez-López, J., Segura-Anaya, A., & Ortiz-Sobrino, M. A. (2021). Dos décadas de radio universitaria en España (2000-2020) la reinención del medio como proyecto educativo en un entorno digital. *Revista De Comunicación De La SEECI*(54), 145-162. <https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e684>
- Martínez-Costa, M. d. (2015). Radio y nuevas narrativas: de la crossradio a la transradio. En M. Oliveira, & F. Ribeiro, *Radio, sound and Internet: Proceedings of Net Station International Conference* (págs. 168-187). CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade - Universidade do Minho. <https://hdl.handle.net/1822/38024>
- Martínez-Costa, M. d., & Prata, N. (2017). La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma. *Intercomunicador - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 40(3), 109-128. <https://doi.org/10.1590/1809-5844201737>
- Masip, P. (2016). Investigar el periodismo desde la perspectiva de las audiencias. *Profesional De La información*, 25(3), 323-330. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.01>
- Masip, P., Ruiz-Caballero, C., & Suau, J. (2019). Audiencias activas y discusión social en la esfera pública digital. Artículo de revisión. *Profesional De La información Information Professional*, 28(2), 1-42. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.04>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. <https://doi.org/https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Medranda-Morales, N. (2020). La comunicación: De la mediación a la generación. En N. Medranda Morales, & N. Valbuena Bedoya, *Comunicación y ciudad: lenguajes, actores y relatos* (págs. 19-29). Quito: Abya-Yala. <https://doi.org/10.7476/9789978105702.0003>

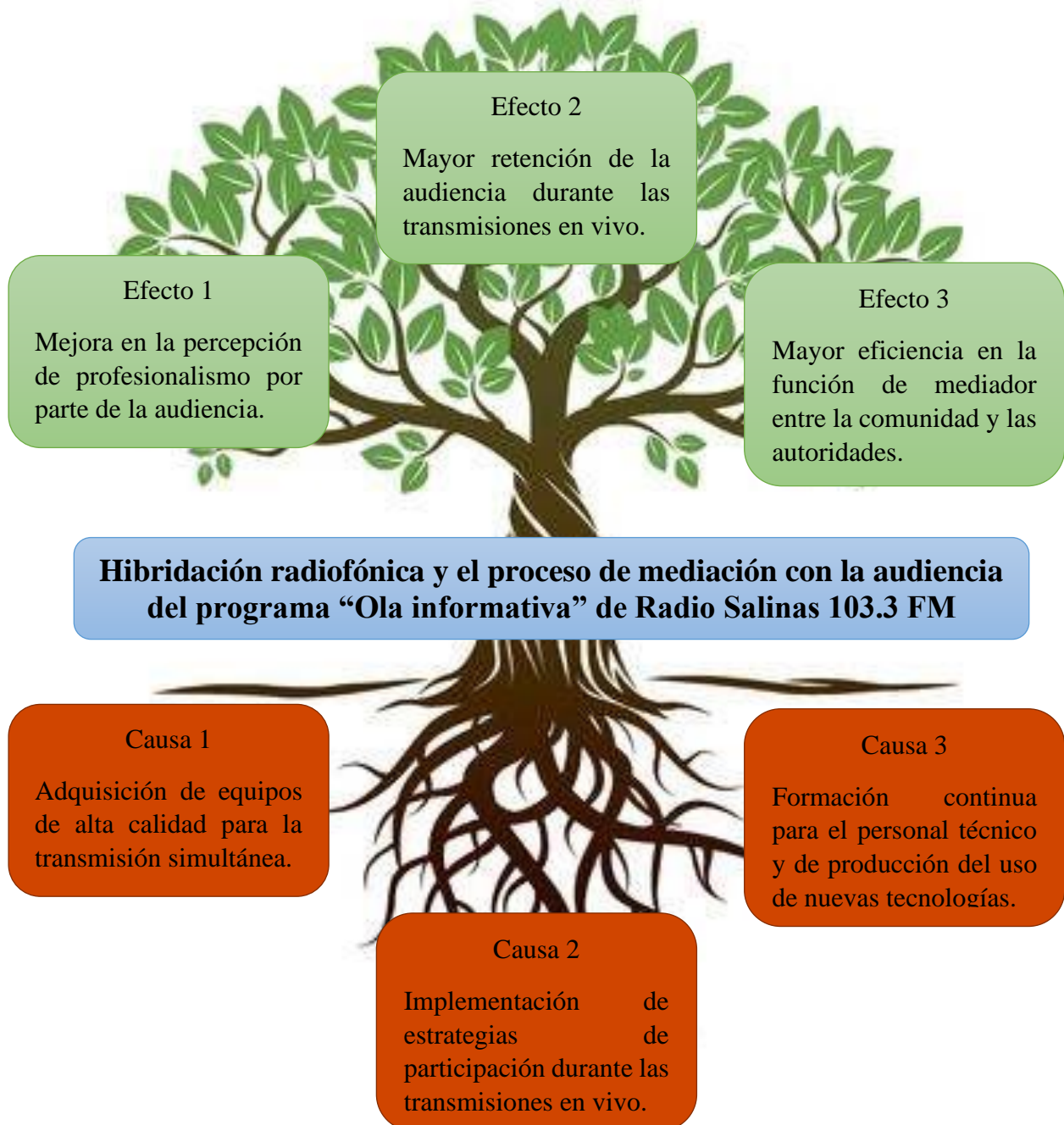
- Mena-Méndez, D. (2015). Mediaciones y medios de comunicación pública local: una mirada desde Cumanayagua. *Mediaciones*, 11(14), 104-119. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6549551>
- Mendoza-Cagua, E. J. (2018). *Participación ciudadana: un enfoque desde la rendición de cuentas en el barrio Cordillera del Cóndor*. La Libertad. UPSE, Matriz. Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud. Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4616>
- Molina, A. L. (2011). Interactividad en contenidos multiplataforma (TDT i Internet) dirigidos a audiencias infantiles: un análisis a partir de casos de TVE i TVC. *Comunicació. Revista De Recerca I d'anàlisi*, 28(2), 149-170. <https://doi.org/10.2436/20.3008.01.89>
- Molina-Benavides, L. S., Vera-Campuzano, N., Parrales-Loor, G., Laínez-Quinde, A., & Clery-Aguirre, A. (2017). *Investigación aplicada en Ciencias Sociales*. La Libertad, Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena. <http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3935>
- Moragas i Spà, M. (2011). Mediación y comunicación: la mediación social y los enfoques de la teoría de la comunicación. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*(114-115), 40-42. <http://hdl.handle.net/10469/4904>
- Moreira-Delgado, T. D. (2020). Roles y funciones de periodistas y medios de comunicación, como métodos de motivación profesional, en la sociedad del conocimiento. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 5(3), 464-500. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i3.247>
- Muntané-Relat, J. (2010). Introducción a la investigación básica. *Revista Andaluza de Patología Digestiva*, 33(3), 221-227. <https://www.sapd.es/rapd/2010/33/3/03/resumen>
- Narváez-Prieto, J. (2008). Streaming, nueva era de la radio. *INVENTUM*, 3(4), 51-53. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.inventum.3.4.2008.51-53>
- Orozco-Gómez, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones : el reto de conocer para transformar. *Comunicar: revista científica iberoamericana de comunicación y educación*(8), 17-24. <http://hdl.handle.net/11162/68171>
- Ortiz-Crespo, Q. (1998). De los medios a las mediaciones o las preguntas por el sentido. *Íconos - Revista De Ciencias Sociales*(4), 62-67. <https://doi.org/10.17141/iconos.4.1998.588>
- Peña-Orozco, C. A., Herrera-Delgham, L., & Salazar-Manrique, J. (2016). Participación ciudadana a través de los medios de comunicación como legitimación de la democracia participativa en Colombia. *Advocatus*(26), 145-153. <https://doi.org/10.18041/0124-0102/advocatus.26.942>
- Piedra-Abril, G. S., & Rincón del Valle, N. M. (2023). *Transformación de la radio análoga a digital de Cuenca*. Universidad del Azuay. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/13684>

- Piñeiro-Otero, T. (2015). De la radio convencional a la móvil. Usabilidad, multimedialidad y distribución de contenidos en las radioAPPs portuguesas. *Observatorio (OBS*) Journal*, 9(15), 47-66. <https://doi.org/10.15847/obsOBS932015836>
- Piñuel-Raigada, J. L. (2010). La noción de mediación comunicativa para el análisis y el diseño de la comunicación organizacional. *Revista ICONO 14. Revista científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 8(2), 125-152. <https://doi.org/10.7195/ri14.v8i2.249>
- Quijano-Castillo, J. D., Ortiz-Oliveros, E. F., Paipa-Ramírez, M. A., & Tobón De Castro, M. L. (2021). *Convergencia digital en la radio bumanguesa: aspectos técnicos, lenguaje y plataformas digitales*. <http://hdl.handle.net/20.500.12749/13758>
- Ramos del Cano, F. (2014). Redes sociales y participación radiofónica: Análisis de caso de Twitter y Facebook en la Cadena SER. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*(25). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16832256006>
- Ríos-Hernández, I. N., Albarello, F., Rivera-Rogel, D., & Galvis, C. A. (2022). La competencia mediática en Latinoamérica: usos de YouTube e Instagram por parte de estudiantes universitarios en Colombia, Ecuador, Argentina y Bolivia. *Revista De Comunicación*, 21(2), 245-262. <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A12>
- Romero-Zambrano, Á. M. (2015). *Estrategias comunicacionales para promover la afluencia turística en la comuna de Engabao (Playas) 2013-2014*. La libertad. UPSE, Matriz. Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3829>
- Saavedra-Bautista, C., Cuervo-Gómez, W. O., & Mejía-Ortega, I. D. (2017). Producción de contenidos transmedia, una estrategia innovadora. *Revista Científica*, 28(1), 6-16. <https://doi.org/10.14483/udistrital.jour.RC.2017.28.a1>
- Sanmartín-Parra, F. M., & Sanmartín-Ortiz, Á. A. (2021). *Desarrollo Hipermedial, Multiplataforma y Transmedia de Ecos del Cañar*. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20437/1/UPS-CT009170.pdf>
- Sepúlveda-Cardona, E. A., & Suárez-Quiceno, C. (2016). *Transmedia literacy e intertextualidad*. Medellín, Colombia: Fondo Editorial Luis Amigó. https://www.funlam.edu.co/uploads/fondoeditorial/218_Transmedia_literacy_e_intertextualidad.pdf
- Sevillano-Ortiz, R. I. (2021). *Transición de las radios tradicionales a radios on-line en el cantón Guayaquil*. Universidad de Guayaquil: Facultad de Comunicación Social. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/59063>
- Silva-Pertuz, M., Silva-Silva, A., & García-Jiménez, A. F. (2020). La mediación pedagógica en el sistema familiar frente a los contenidos en televisión, internet y redes sociales online. *Diversitas: Perspectivas en Psicología*, 16(1), 157-168. <https://doi.org/10.15332/22563067.5548>

- Soria-Sánchez, L. J. (2015). *Participación ciudadana en la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador. Un análisis cualitativo*. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.10554.15958>
- Suntaxi-Andrade, M. (2023). Inclusión de nuevas herramientas digitales en la comunicación comunitaria: comunas de Olón y Cadeate, provincia de Santa Elena, Ecuador. *Ñawi*, 7(1), 215-228. <https://doi.org/10.37785/nw.v7n1.a11>
- Videla-Rodríguez, J. J., & Piñeiro-Otero, T. (2017). La radio online y offline desde la perspectiva de sus oyentes-usuarios. Hacia un consumo híbrido. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(2), 1437-1455. <https://doi.org/10.5209/ESMP.58054>
- Yaguana-Romero, H. A., Marín-Gutiérrez, I., & Quezada-Loaiza, L. K. (2021). La gestión de la radio por Internet de Ecuador. En N. Sánchez Gey, & M. Cárdenas Rica, *La comunicación a la vanguardia. Tendencias, métodos y perspectivas* (págs. 1990-1211). Editorial Fragua. <https://hdl.handle.net/11441/109186>
- Yang, Y., Saladrigas Medina, H., & Torres Ponjuán, D. (2016). El proceso de la comunicación en la gestión del conocimiento. Un análisis teórico de su comportamiento a partir de dos modelos típicos. *Universidad y Sociedad*, 8(2), 165 - 173. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/384>

Anexos

Anexo 1 Árbol del problema



Anexo 2 Instrumento validado

Técnica: Encuesta con escala de Likert

Instrumento: Cuestionario

Tema: Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM

Objetivo: Recolectar información para conocer el impacto que tiene la hibridación radiofónica en la mediación del programa “Ola Informativa”.

Escala de Likert: Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)

		1	2	3	4	5
Hibridación radiofónica						
1.	La transmisión simultanea de “Ola Informativa” a través de la dial y Facebook mejora la calidad del programa.					
2.	La implementación de elementos multimedia como videos, imágenes y textos en 'Ola informativa' aumenta mi interés en el programa.					
3.	La hibridación facilita el acceso a la información proporcionada por “Ola Informativa”.					
4.	El programa utiliza de manera efectiva los recursos tecnológicos para su transmisión multiplataforma.					
5.	La disponibilidad del programa a través de Facebook mejora la narrativa de los hechos noticiosos e incrementa el entendimiento de los sucesos.					
Mediación						
6.	Durante el programa, los locutores incentivan a la audiencia a participar y expresar sus opiniones mediante los comentarios de Facebook.					
7.	Los conductores de “Ola informativa” responden a las preguntas y dudas de la audiencia.					
8.	Siento que tengo oportunidades suficientes para interactuar con los conductores del programa a través de redes sociales.					
9.	El uso de Facebook como plataforma de mediación facilita una mejor retroalimentación con el público.					
10.	El programa fortalece su conexión con el público gracias a la mediación en sus transmisiones de Facebook.					

**ARTURO GUILLERMO
CLERY AGUIRRE**

Firmado digitalmente por
ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE
Fecha: 2024.05.28 19:57:00 -05'00'

Ab. Arturo Clery Aguirre, PhD.
C.I. 0910759851
Juez Experto


Anexo 3 Ficha de evaluación del instrumento

Cuestionario – Hibridación radiofónica-Mediación

Indicadores	Criterios	Deficiente					Regular					Buena					Muy Buena					Excelente					OBSERVACIONES
		0 – 20					21 – 40					41 – 60					61 – 80					81 –100					
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100						
2. Objetividad	Expresa conductas observables																				100						
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				100						
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																				100						
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				100						
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				100						
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																				100						

8.Coherencia	Relación en variables e indicadores																						100
9.Metodología	Adecuada y responde a la investigación																						100

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Promedio:	100
Juez Experto	Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.
CI:	0910759851
Teléfono	0958788839
E-mail:	clery@upse.edu.ec
<p> ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE Fecha: 2024.05.28 19:58:32 -05'00'  Firma </p>	

Anexo 4 Validez del contenido del instrumento

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Cruz Galarza Luis Fabrizzio Rodríguez Vélez Luis Alfonzo	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Cuestionario	
Objetivo:	Recolectar información para conocer el impacto que tiene la hibridación radiofónica en la mediación del programa “Ola Informativa”.	
Dirigido a:	Seguidores de la página de Facebook de Radio Salinas 103.3 FM	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Clery Aguirre Arturo Guillermo	
Documento de Identidad:	0910759851	
Grado Académico:	Doctor PhD.	
Especialidad:	Ciencias Sociales, Comunicación, Investigación	
Experiencia Profesional (años):	24 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

Fecha: La Libertad, 22 de mayo del 2024

**ARTURO GUILLERMO
CLERY AGUIRRE**

Firmado digitalmente por
ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE

Fecha: 2024.05.28 20:02:47 -05'00'

Ab. Arturo Clery Aguirre, PhD.

Juez Experto

Anexo 5 Instrumento validado

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM

Objetivo: Obtener una perspectiva exhaustiva acerca de la hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia en el programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM, con el propósito de comprender cómo se define e implementa la hibridación radiofónica en el programa.

Entrevistado:
Cargo:
Especialidad:
Entrevistador:
Entrevistado:
Cargo:
Especialidad:
Entrevistador:

Entrevistado:
Cargo:
Especialidad:
Entrevistador:

		Respuesta
Hibridación Radiofónica		
1.	¿Cuál es el impacto de la hibridación radiofónica en la industria radial, específicamente en el programa “Ola Informativa”?	
2.	¿Qué aspectos técnicos y operativos se deben tomar en cuenta para realizar la hibridación de programas radiales?	
3.	¿Considera que la hibridación ha mejorado la calidad del contenido informativo que brinda el programa?	
4.	¿Qué desafíos enfrentan los programas de radio al implementar estrategias de hibridación?	
Mediación		
5.	¿Cómo puede la mediación contribuir a fortalecer la relación entre el programa y su audiencia, así como aumentar la fidelidad de los oyentes?	
6.	¿Cuáles considera que son los aspectos clave para lograr una mediación efectiva entre un programa de radio y su audiencia en el contexto de la hibridación?	
7.	¿Qué importancia tiene la interacción en tiempo real entre los presentadores y la audiencia a través de Facebook como parte de la mediación en programas como “Ola Informativa”?	
8.	¿Cómo ha evolucionado el papel de la mediación en los programas de radio a lo largo del tiempo, especialmente por el surgimiento de plataformas digitales como Facebook?	

ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE
 Firmado digitalmente por
 ARTURO GUILLERMO CLERY
 AGUIRRE
 Fecha: 2024.05.28 19:57:22 -05'00'

Ab. Arturo Clery Aguirre, PhD.
 C.I. 0910759851
Juez Experto

Anexo 6 Ficha de evaluación de instrumento

Guía de preguntas – Hibridación radiofónica-Mediación

Indicador es	Criterios	Deficiente					Regular					Buena					Muy Buena					Excelente					OBSERVACIONES
		0 - 20					21 - 40					41 - 60					61 - 80					81 -100					
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100						
2. Objetividad	Expresa conductas observables																				100						
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																				100						
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																				100						
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																				100						
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				100						
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																				100						

Anexo 7 Validez del contenido del instrumento

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Cruz Galarza Luis Fabrizzio Rodríguez Vélez Luis Alfonzo	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Guía de preguntas	
Objetivo:	Obtener una perspectiva exhaustiva acerca de la hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia en el programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM, con el propósito de comprender cómo se define e implementa la hibridación radiofónica en el programa.	
Dirigido a:	Dueño del Radio Salinas 103.3 FM, locutora del programa “Ola Informativa”, experto externo.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Clery Aguirre Arturo Guillermo	
Documento de Identidad:	0910759851	
Grado Académico:	Doctor PhD.	
Especialidad:	Ciencias Sociales, Comunicación, Investigación	
Experiencia Profesional (años):	24 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

Fecha: La Libertad, 22 de mayo del 2024

**ARTURO GUILLERMO
CLERY AGUIRRE**

Firmado digitalmente por
ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE
Fecha: 2024.05.28 20:03:10 -05'00'

Ab. Arturo Clery Aguirre, PhD.

Juez Experto

Anexo 8 Instrumento validado

Técnica: Observación

Instrumento: Ficha de observación

Tema: Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM

Objetivo: Examinar y documentar las estrategias de interacción con la audiencia en el programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM, identificando los formatos y contenidos integrados, examinando las estrategias de interacción con la audiencia, evaluando la frecuencia y naturaleza de las intervenciones de la audiencia, y documentando los elementos técnicos y de producción que permiten la hibridación y la mediación efectiva.

Técnica: Observación – Instrumento: Ficha de observación									
Universidad Estatal Península de Santa Elena									
Tema: Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM									
Instrucciones: Marcar las casillas de la siguiente manera. X= NO; ●= SI				Fecha de inicio:					
Nombre de Institución: Radio Salinas 103.3 FM				Fecha de finalización:					
Nombre del programa: Ola Informativa				L	M	M	J	V	Observación
1	El programa se transmite en un horario fijo a través de Facebook.								
2	Existen problemas de producción al momento que el programa se transmite en vivo.								
3	El programa llega a una media fija de 30 o más espectadores por retransmisión en vivo.								
4	Se integran elementos audiovisuales durante la emisión del programa en vivo.								
5	La transmisión en Facebook se encuentra sincronizada con el contenido en la dial.								
6	Se notifica a la audiencia de la dial cuando el programa está siendo retransmitido en vivo por Facebook								
7	La audiencia participa activamente escribiendo su opinión en los comentarios de la emisión en vivo.								
8	El medio da la respectiva relevancia a las problemáticas que exponen sus espectadores en comentarios.								
9	Existen espacios dentro del programa dedicados a mencionar las opiniones que los espectadores escriben en los comentarios.								

10	Los locutores responden de manera objetiva y relevante a los comentarios de la audiencia.						
----	---	--	--	--	--	--	--

**ARTURO GUILLERMO
CLERY AGUIRRE** Firmado digitalmente por
ARTURO GUILLERMO CLERY
AGUIRRE
Fecha: 2024.05.28 19:57:41 -05'00'

Ab. Arturo Clery Aguirre, PhD.
C.I. 0910759851
Juez Experto


Anexo 9 Ficha de evaluación del instrumento

Ficha de observación – Hibridación radiofónica-Mediación

Indicador es	Criterios	Deficiente					Regular					Buena					Muy Buena					Excelente					OBSERVACIONES
		0 - 20					21 - 40					41 - 60					61 - 80					81 -100					
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100					
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					100					
2. Objetividad	Expresa conductas observables																					100					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																					100					
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																					100					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																					100					
6. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																					100					
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																					100					

8.Coherencia	Relación en variables e indicadores																			100	
9.Metodología	Adecuada y responde a la investigación																				100

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Promedio:	100
Juez Experto	Ab. Arturo Guillermo Clery Aguirre, PhD.
CI:	0910759851
Teléfono	0958788839
E-mail:	clery@upse.edu.ec
<p>ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE</p>  <p>Firmado digitalmente por ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE Fecha: 2024.05.28 20:02:26 -05'00'</p> <p>Firma</p>	

Anexo 10 Validez del contenido del instrumento

TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Ficha de observación	
Objetivo:	Examinar y documentar las estrategias de interacción con la audiencia en el programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM, identificando los formatos y contenidos integrados, examinando las estrategias de interacción con la audiencia, evaluando la frecuencia y naturaleza de las intervenciones de la audiencia, y documentando los elementos técnicos y de producción que permiten la hibridación y la mediación efectiva.	
Dirigido a:	Investigadores	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	Clery Aguirre Arturo Guillermo	
Documento de Identidad:	0910759851	
Grado Académico:	Doctor PhD.	
Especialidad:	Ciencias Sociales, Comunicación, Investigación	
Experiencia Profesional (años):	24 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

Fecha: La Libertad, 22 de mayo del 2024

ARTURO GUILLERMO
CLERY AGUIRRE

Firmado digitalmente por
 ARTURO GUILLERMO CLERY
 AGUIRRE
 Fecha: 2024.05.28 20:03:36 -05'00'

Ab. Arturo Clery Aguirre, PhD.

Juez Experto

Anexo 11 Matriz de validación de contenido por juicio de expertos

TÍTULO:	Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM
AUTOR:	Luis Fabrizzio Cruz Galarza – Luis Alfonso Rodríguez Vélez

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Hibridación Radiofónica	Contenidos transmedia.	Videos, noticias escritas, reportajes en vivo.	¿Integran elementos audiovisuales que enriquecen la información transmitida?	X					X		X		X		X		
	Programación multiplataforma.	Programas a través de la dial, redes sociales y pagina web.	¿El programa es transmitido simultáneamente por la dial y su fan page?	X					X		X		X		X		
	Streaming.	Equipos y elementos para la transmisión del programa.	¿Cuentan con los recursos tecnológicos necesarios para una transmisión sin problemas?	X					X		X		X		X		
Mediación	Procesos comunicativos.	Interacción de radio y público.	¿El público interactúa constantemente con el programa cuando este se encuentra al aire?	X					X		X		X		X		

	Participación ciudadana.	Audiencia participativa en los sucesos que los rodean.	¿Incentiva a que sus espectadores sean participes del programa expresando sus opiniones o problemáticas?	X					X		X		X		X		
	Audiencias	Público oyente y características.	¿Existe diversidad de audiencia?	X					X		X		X		X		

Fecha: La Libertad, 22 de mayo del 2024

ARTURO GUILLERMO CLERY AGUIRRE Firmado digitalmente por
 ARTURO GUILLERMO CLERY
 AGUIRRE
 Fecha: 2024.05.28 19:58:03 -05'00'

Ab. Arturo Clery Aguirre, PhD.
 C.I. 0910759851
Juez Experto

Anexo 12 Entrevista a experto 1

Universidad Estatal Península de Santa Elena		
Tema: Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM		
Entrevistado: Washington Oswaldo Dután		
Cargo: Docente		
Especialidad: Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social – Magister en Periodismo, mención en Periodismo digital y Gestión de Proyectos Multimedia		
N°	Pregunta	Respuesta
1.	¿Cuál es el impacto de la hibridación radiofónica en la industria radial, específicamente en el programa “Ola Informativa”?	Considero que la hibridación que ahora se utiliza es gracias a la convergencia digital que los medios tradicionales lo están utilizando es sus contenidos, eso es lo que está sucediendo con “Ola Informativa”
2.	¿Qué aspectos técnicos y operativos se deben tomar en cuenta para realizar la hibridación de programas radiales?	Ahora es importante tomar en cuenta la coexistencia de la tecnología analógica con la digital, se debe definir una programación y formatos acorde al nuevo espacio de transmisión. Actualización de equipos de producción y transmisión y capacitación en la utilización de las nuevas herramientas.
3.	¿Considera que la hibridación ha mejorado la calidad del contenido informativo que brinda el programa?	La calidad de la información es trabajo interno del medio y su equipo, Lo que se ha mejorado es la expansión de la información y la interactividad de las audiencias.
4.	¿Qué desafíos enfrentan los programas de radio al implementar estrategias de hibridación?	Los desafíos hacia el futuro de los programas en radio es la utilización de las redes sociales y las plataformas propias para compartir información interesante para las diferentes audiencias.
5.	¿Cómo puede la mediación contribuir a fortalecer la relación entre el programa y su audiencia, así como aumentar la fidelidad de los oyentes?	Para conseguir la fidelidad y la relación de las audiencias hay que, realizar una interacción dinámica entre programas y los oyentes, contenidos relevantes que satisfagan lo que necesita la audiencia,
6.	¿Cuáles considera que son los aspectos clave para lograr una mediación efectiva entre un programa de radio y su audiencia en el contexto de la hibridación?	Es necesario entender y recopilar los comentarios y sugerencias de los oyentes, esto nos va a ayudar a

		mejorar y ajustar según las preferencias de nuestras audiencias.
7.	¿Qué importancia tiene la interacción en tiempo real entre los presentadores y la audiencia a través de Facebook como parte de la mediación en programas como “Ola Informativa”?	La interacción en tiempo real es muy importante a través de la aplicación digital Facebook, ya que ahí conseguimos una participación activa de nuestros oyentes, Esto lo podemos lograr a través de preguntas y dar importancia a sus comentarios.
8.	¿Cómo ha evolucionado el papel de la mediación en los programas de radio a lo largo del tiempo, especialmente por el surgimiento de plataformas digitales como Facebook?	La evolución se ha dado gracias a las plataformas digitales como Facebook y esto ha permitido que los presentadores respondan a comentarios, preguntas y opiniones, fortaleciendo la relación con la audiencia.

Anexo 13 Entrevista a experto 2

Universidad Estatal Península de Santa Elena		
Tema: Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM		
Entrevistado: Fernando Muñoz		
Cargo: Dueño del medio de comunicación Radio Salinas 103.3 FM		
Especialidad: Abogado		
Entrevistador: Luis Rodríguez		
N°	Pregunta	Respuesta
1.	¿Cuál es el impacto de la hibridación radiofónica en la industria radial, específicamente en el programa “Ola Informativa”?	<p>Como medio de comunicación hemos tratado de llevar una buena señal. La radio se compone de 2 cosas, una tiene mucho que ver con el tema de inversión y la otra parte de lo que es la radio es el talento humano. La inversión en el equipo, la tecnología es necesaria. El acceso a las frecuencias de radio te las da el Estado, quien te da el permiso y la frecuencia para que tus labores como radio. Sin embargo, no te dan los equipos como las consolas, las computadoras y los micrófonos. La habilidad del periodo también es importante. El periodista tiene que ser lo suficientemente inteligente para usar los recursos que tiene y darles un correcto uso. Entonces, una vez cumplido el tema de tecnología, viene el tema de talento humano, el tipo de profesional que pones al frente del micrófono.</p>
2.	¿Qué aspectos técnicos y operativos se deben tomar en cuenta para realizar la hibridación de programas radiales?	<p>Los aspectos técnicos que se deben tomar en cuenta siempre es el contar con la tecnología necesaria. El uso de las consolas es importante para que el audio salga correctamente nivelado y no existan momentos en donde se escucha más la voz del entrevistador, mientras que al entrevistado apenas se los escuche.</p> <p>Del mismo modo, las computadoras son de vital importancia. Estas nos sirven para tener la programación automatizada de la radio, para realizar</p>

		<p>la transmisión en Facebook, grabar los programas las 24 horas del día. Es necesario invertir en una buena computadora para poder realizar el proceso de hibridación. Por último, también hay que tener en cuenta otros equipos como la switchera, cámaras, micrófonos, televisores, etc...</p>
3.	<p>¿Considera que la hibridación ha mejorado la calidad del contenido informativo que brinda el programa?</p>	<p>El contenido de los programas de radio depende del profesional. La hibridación lo que te da la oportunidad es de tener más acceso a la información. Si tienes una plataforma de Internet, lo que antes tenías que ir a una biblioteca a buscar qué autor dijo esto o qué político se expresó de esta manera o de cuánto a cuánto gobernó el presidente, ahora entras en Google y en 1 minuto ya tienes la respuesta. Entonces la hibridación te da el acceso a la información, te da la rapidez del acceso a la información.</p>
4.	<p>¿Qué desafíos enfrentan los programas de radio al implementar estrategias de hibridación?</p>	<p>El saber usar todos los recursos tecnológicos. Estos te dan la posibilidad llegar cuando la frecuencia normal de la radio ya se termina. Tiene un limitante, la radio tiene un límite de cobertura y la hibridación te da la posibilidad de que tu escuches la radio todo el mundo en Internet.</p> <p>Por eso el mayor desafío que existe es darle un correcto uso a la tecnología. Tener el personal altamente capacitado para que puedan sacarles el máximo provecho a estos recursos y también que se encuentren en constante capacitación debido a que el avance tecnológico es cada vez más rápido.</p> <p>Otro de los desafíos que existen tiene que ver con la audiencia, la hibridación brinda el fácil acceso a la información, pero la audiencia es la que debe elegir qué información</p>

		consumir. Este aspecto es importante porque el hecho que la radio se encuentre en internet no garantiza que será escuchada por todo el mundo.
5.	¿Cómo puede la mediación contribuir a fortalecer la relación entre el programa y su audiencia, así como aumentar la fidelidad de los oyentes?	<p>En la radio, tienes el medio de comunicación, tienes la tecnología y tienes al profesional. De ahí comienza de a derivarse la audiencia. Esta es una relación entre el periodista y el medio de comunicación. Esto es una fusión del medio y periodista, periodista y medio. El medio tiene que poder, pero se posesiona a través del trabajo del periodismo, a través del profesional que hizo noticia y que llevó al medio de comunicación. Es un círculo que va dando vueltas, un círculo en que está el medio y el periodista, en medio y el periodista, el medio y el periodista. Esa es la oportunidad, porque en ese rodar nuevas figuras se van uniendo a ese círculo. La relación medio - periodista no falta, siempre van a estar, no puede haber uno sin el otro.</p>
6.	¿Cuáles considera que son los aspectos clave para lograr una mediación efectiva entre un programa de radio y su audiencia en el contexto de la hibridación?	<p>El aspecto más importante para un medio de comunicación es tener la credibilidad. Si bien es cierto la importancia de tener público que nos escuche, pero no es lo más importante. Lo más importante es que la gente te crea. Siempre será lo más importante tener la credibilidad del público, sin ella el medio de comunicación no lograría cumplir con su rol de mediador. Por eso, la persona que se sienta frente al micrófono no puede salir al aire y mencionar información sin ser previamente verificada, porque al momento en que la audiencia se dé cuenta que nada de lo que menciono es cierto, cae la reputación del medio y periodista.</p>

7.	¿Qué importancia tiene la interacción en tiempo real entre los presentadores y la audiencia a través de Facebook como parte de la mediación en programas como “Ola Informativa”?	<p>Cuando hacemos un programa y tenemos audiencia en vivo te expones porque casualmente el Facebook no es regulado. La audiencia, cuando estas en vivo y en directo no la puedes evitar, ni editar.</p> <p>Es importante que la ciudadanía pueda expresarse para el medio. Es importante, pero al final del camino es más importante para el invitado, sobre todo si es político, porque va a ver la realidad de su aceptación cuando se enfrenta a una audiencia a la que no se puede evitar.</p>
8.	¿Cómo ha evolucionado el papel de la mediación en los programas de radio a lo largo del tiempo, especialmente por el surgimiento de plataformas digitales como Facebook?	<p>El medio de comunicación es el puente entre la autoridad y la ciudadanía. La llama a la radio cuando tienen un problema que quieran solucionar. Cuando la persona llama al medio, este se convierte inmediatamente en el puente entre la autoridad.</p> <p>¿Quiere decir que el medio está cumpliendo su función? Sí. Es un honor para el medio que la audiencia te llame a hacer un reclamo público de una institución que tiene tal o cual falla.</p> <p>Por eso, la mediación que debe haber tiene que ser suficientemente responsable para usar esa información, de una falta de atención a una persona, a un sector, a una ciudad, a una comunidad y trasladárselo a la autoridad.</p> <p>¿Cómo juega el medio de comunicación? El medio tiene la ética y los códigos de otológicos y todos los que los todos los que gobiernan. Por ello, el periodista debe tener la responsabilidad, el respeto absoluto por el micrófono.</p>

Anexo 14 Entrevista a experto 3

Universidad Estatal Península de Santa Elena		
Tema: Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa “Ola informativa” de Radio Salinas 103.3 FM		
Entrevistado: Mabel Belén Paredes Alejandro		
Cargo: Directora de Noticias de Radio Salinas		
Especialidad: Informativos		
Entrevistador: Luis Cruz		
N°	Pregunta	Respuesta
1.	¿Cuál es el impacto de la hibridación radiofónica en la industria radial, específicamente en el programa “Ola Informativa”?	La hibridación radiofónica nos permite a nosotros llegar tradicionalmente, me refiero a través de la radio a muchos puntos de la provincia, a zona norte, a zona sur, al centro, a los tres cantones, nos hemos visto obligados a invertir en temas tecnológicos para poder ampliar la audiencia.
2.	¿Qué aspectos técnicos y operativos se deben tomar en cuenta para realizar la hibridación de programas radiales?	La hibridación radiofónica nos permite a través de las ondas radiales llegar hasta distintos puntos de la provincia, con un personal que debe estar atento siempre al audio, que es lo primordial y esto ha traído un poco de complicaciones porque el personal también se ha visto obligado a capacitarse o a contratar personal que estén capacitados. Tenemos que cuidar el audio, porque si falla el audio, falla todo y la audiencia se va.
3.	¿Considera que la hibridación ha mejorado la calidad del contenido informativo que brinda el programa?	Una de las cosas que hemos mejorado es el nivel de audio que viene desde distintas fuentes no solamente el que sale de la radio, el micrófono que sale al aire, sino desde las llamadas telefónicas y desde los reportes de exteriores. Actualmente a pesar de que la radio implementa un tipo de escenario un poco más televisivo, incluso que creo que ha mejorado un poco la hibridación.
4.	¿Qué desafíos enfrentan los programas de radio al implementar estrategias de hibridación?	Uno de los principales desafíos siempre es el tema económico, aquí dentro de la radio hay cámaras, reflectores de luz, siete televisores,

		cuatro computadoras de escritorio, dos consolas, consolas análogas, consolas digitales, dos estudios, una cabina de controles, una isla de controles, micrófonos en cantidad, inalámbricos, corbateros, diademas, análogos y todo eso prácticamente es una inversión económica.
5.	¿Cómo puede la mediación contribuir a fortalecer la relación entre el programa y su audiencia, así como aumentar la fidelidad de los oyentes?	Nosotros hacemos transmisiones en vivo de noticias de opinión, la gente nos comenta y nosotros le respondemos de forma inmediata, siempre con algo positivo. Por ejemplo, hace poco nos llegaba una denuncia, desde Chanduy que necesitaban la limpieza de maleza, hemos contactado a sus dirigentes, han dicho que han empezado la gestión, entonces, dar respuesta inmediata nos ayuda a obtener esa mediación como con la audiencia, nos ayuda a aumentar la fidelidad de la gente porque saben que hay una respuesta y saben que a la próxima que van a emitir otra denuncia u otro pedido, van a tener solución.
6.	¿Cuáles considera que son los aspectos clave para lograr una mediación efectiva entre un programa de radio y su audiencia en el contexto de la hibridación?	Primero darles un contacto y segundo darle la respuesta a lo que están diciendo, no solamente ser el portavoz, porque eso ya lo hemos visto tradicionalmente, sino que ellos quieren ahora una respuesta, entonces, somos ese canal, funcionamos para lo que hemos sido creados, pero ya no solo siendo los portavoces sino dándole la respuesta.
7.	¿Qué importancia tiene la interacción en tiempo real entre los presentadores y la audiencia a través de Facebook como parte de la mediación en programas como “Ola Informativa”?	En las transmisiones en vivo de noticias que hacemos, la gente nos comenta y nosotros le respondemos, siempre con algo positivo. Nosotros damos respuestas inmediatas y esto nos ayuda a obtener esa mediación con la audiencia, nos ayuda a aumentar la fidelidad de la gente porque saben que hay una respuesta y saben que a la próxima que van a

		emitir otra denuncia u otro pedido, van a ser escuchados y tendrán solución.
8.	¿Cómo ha evolucionado el papel de la mediación en los programas de radio a lo largo del tiempo, especialmente por el surgimiento de plataformas digitales como Facebook?	Antes ya teníamos una mediación, pero la teníamos en vivo y en directo, o sea, tenía que venir la persona a la radio y hacíamos el proceso de mediación que se hace todavía en algunas radios tradicionales aquí en Santa Elena. ¿Cómo hemos avanzado?, vía telemática, hacemos vía Zoom donde tenemos imagen y tenemos audio. Hemos avanzado muchísimo en ese sentido y algo que sí me gustaría decir en este punto es que mucha gente decía que en algún momento la radio va a desaparecer con todo este tema tecnológico, pero yo creo que la radio no va a desaparecer, sino que hemos demostrado que estamos dispuestos a aceptar y adaptarnos a todos los cambios posibles y a seguir avanzando.

Anexo 15 Cálculo realizado en Survey Monkey

Calcula el tamaño de tu muestra

Tamaño de la población	Nivel de confianza (%)	Margen de error (%)
139000	95	5
Tamaño de la muestra		
384		

Anexo 16 Fotografía de encuesta

Hibridación radiofónica y el proceso de mediación con la audiencia del programa "Ola informativa" de Radio Salinas 103.3 FM.

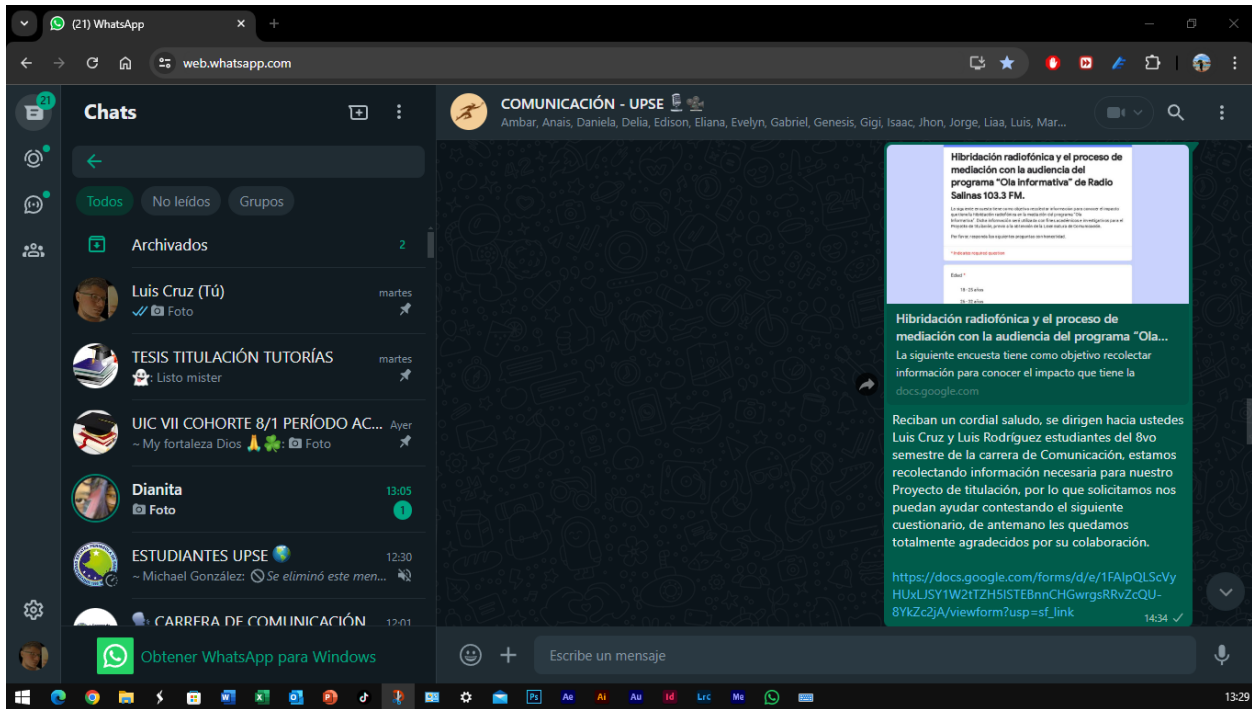
La siguiente encuesta tiene como objetivo recolectar información para conocer el impacto que tiene la hibridación radiofónica en la mediación del programa "Ola Informativa". Dicha información será utilizada con fines académicos e investigativos para el Proyecto de titulación, previo a la obtención de la Licenciatura de Comunicación.

Por favor, responda las siguientes preguntas con honestidad.

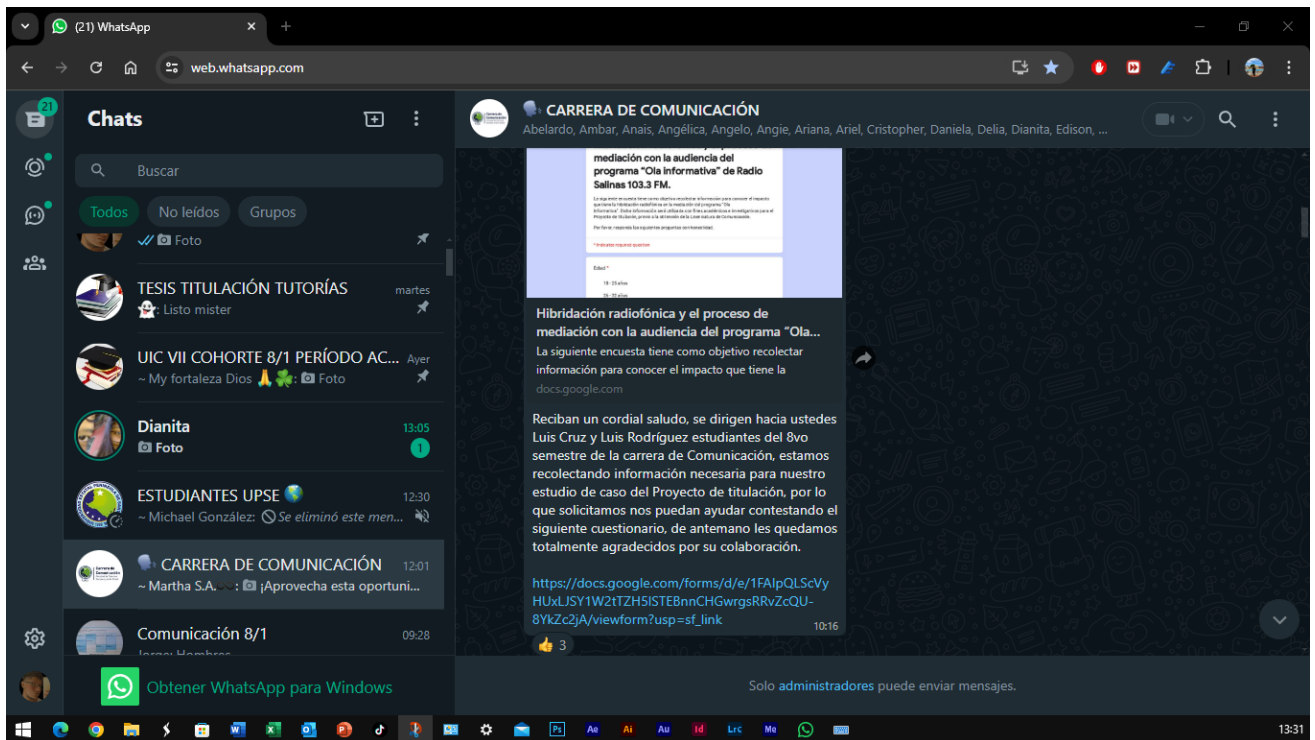
Edad *

18 - 25 años

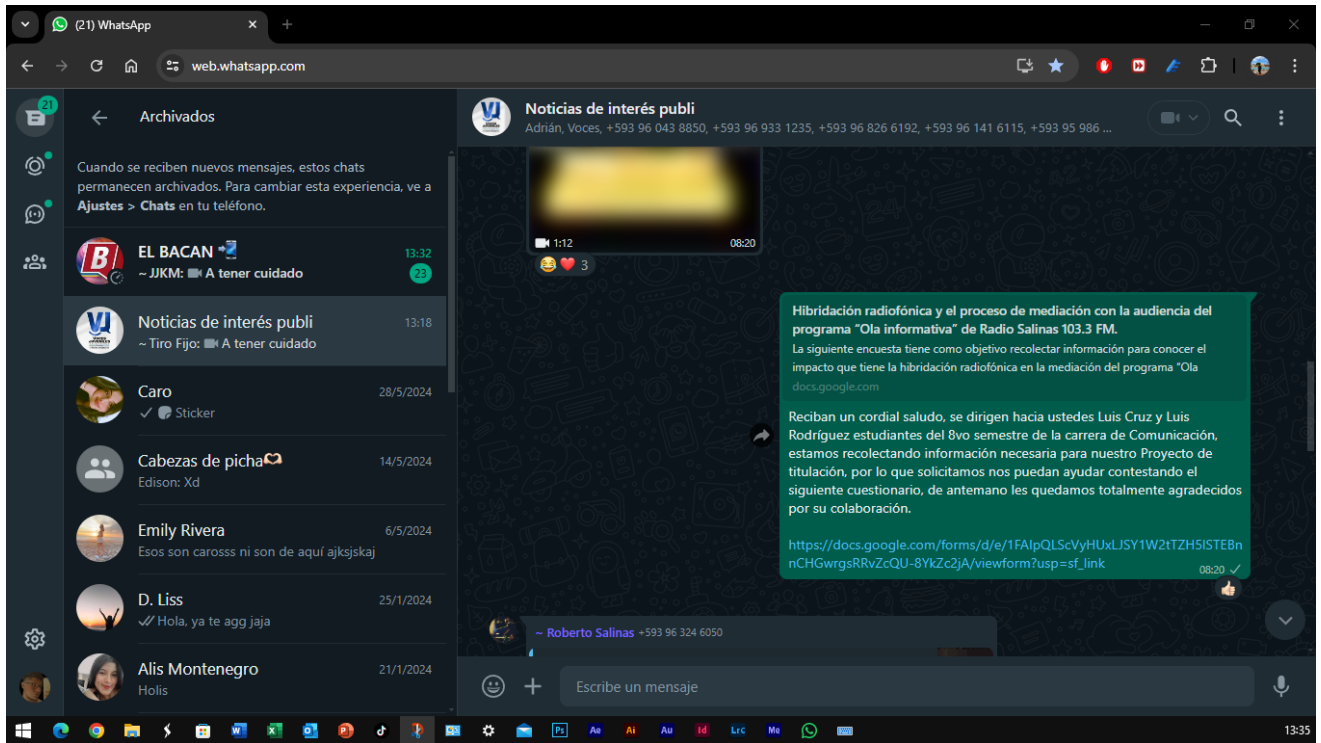
Anexo 17 Fotografía de difusión de encuesta



Anexo 18 Fotografía de difusión de encuesta 2



Anexo 19 Fotografía de difusión de encuesta 3



Anexo 20 Fotografía de entrevista a experto 1



Anexo 21 Fotografía de entrevista a experto 2



Anexo 22 Fotografía de entrevista a experto 3

