

UNIVERSIDAD PERUANA UNION
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



Una Institución Adventista

La radio online: Un medio eficiente de
Comunicación

Por:
Jhonatan Ysacc Mamani Rosas

Asesor:
Lic. Julian Usca Quispe

Ñaña, 27 de Noviembre de 2019

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

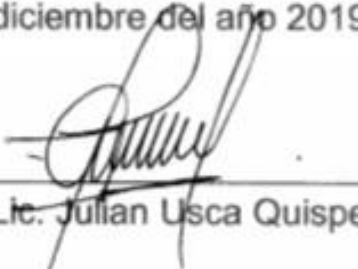
Lic. Julian Usca Quispe, docente de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente trabajo titulado como: "LA RADIO ONLINE: UN MEDIO EFICIENTE DE COMUNICACIÓN" constituye la memoria que presentan el estudiante Jhonatan Ysacc Mamani Rosas para aspirar al grado de bachiller en Ciencias de la Comunicación, cuyo trabajo de investigación ha sido realizado en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este trabajo de investigación son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Lima, al 02 de diciembre del año 2019.



Lic. Julian Usca Quispe

La radio online: Un medio eficiente de
Comunicación


TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Presentada para optar el grado de bachiller en Ciencias de la
Comunicación.

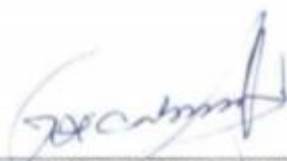
JURADO CALIFICADOR



Mg. Nidia Montalvo Cárdenas
Presidente



Lic. José César Molléapaza
Vocal



Lic. José Víctor Cabrera Aquino
Secretario



Lic. Julián Usca Quispe
Asesor

Lima, lunes 02 de diciembre de 2019

“LA RADIO ONLINE: UN MEDIO EFICIENTE DE COMUNICACIÓN”

Jonathan Ysacc Mamani Rosas

Resumen

Dentro de los medios de comunicación, la radio online últimamente está siendo la más utilizada. El objetivo de este artículo es presentar a la radio online como medio eficiente de comunicación la cual puede ser utilizado como una alternativa a una radio convencional. Asimismo, se mostrará las diferencias entre una radio convencional y una radio online. También veremos la importancia de ambos medios de comunicación, igual que su inversión que se tiene que hacer en los equipos de producción, y el procedimiento que se debe tomar para que la transmisión y salida al aire.

Palabras clave: Radio online, internet, podcast, streaming, economía.

1. Introducción

Los medios de comunicación con el pasar de los tiempos fueron evolucionando, al principio y en la actualidad aun no puede ser adquirido por todas las personas ya sea por razones económicas o sociales, tanto ello ya sea escrito o audiovisual para crear uno nuevo se necesita una fuerte inversión económica y laboral, ya que actualmente con la competencia de otros medios cada uno invierte mayor que el otro. (Barrios Rubio, 2016)

La radio es el medio que más alcance tiene por sus ondas AM y es medio el que más se utiliza en las zonas rurales, pero las saturaciones de frecuencias en las ciudades grandes han limitado la creación de nuevas emisoras, pues la mayoría de ellas ya están ocupadas, llevando esto a la creación de emisoras ilegales o mayormente conocidos como piratas que constantemente dañan a otras emisoras. (Rodríguez Zepeda, 2016)

Ante este problema, la solución fue promover la creación de radios online o radios por internet, los cuales no se emiten por señal abierta sino a través de la red, lo cual también beneficiaría a ambas partes, tanto como el propietario y la población, en la inversión de equipo se reduciría se ahorraría en largos procedimientos para obtener una licencia para señal abierta. (Francisco Aroldo Jerez Clara, 2014)

2. Desarrollo

2.1 Historia y concepto de la radio online y convencional

La radio proviene de los términos llamados: Radiofonía y Radio fusión, la radiofonía estudia los fenómenos de la producción del sonido y la radiodifusión es la difusión de mensajes al público mediante ondas electromagnéticas. (Rodríguez Zepeda, 2016)

Son estructuras que utilizan palabras, música, y efectos de sonido al fin de volverlos interesante y captar la atención de sus oyentes, su variación puede ser por formato o duración. (Bailey, 1997)

La Radio actualmente es catalogada como un medio de comunicación que tiene sus principales características propias que es el de educar, informar, entretener, escuchar música, acompañar, vender y sobre todo enseñar. La radio tiene la oportunidad de transmitir en cualquier momento informaciones desde el lugar de los hechos o desde cualquier sitio. El mismo que por medio de sus mensajes hace reflexionar, genera imágenes mentales en los oyentes de lo que se está transmitiendo.

Es el medio de comunicación radial llega a todas partes y de manera general a todas las clases sociales, se lo considera como el más apto para transmitir información y llegar con la frecuencia a cualquier sitio. Es el más adecuado y el más popular, en si forma parte del diario acontecer de toda persona.

Los ya conocidos medios de comunicación, con el paso del tiempo se han ido ligando estrechamente con el internet. Una unión tecnológica prometedora. Actualmente, podemos acceder a la información periodística mediante una versión online e incluso acceder a ciertas redes de televisión mediante una señal

de internet. Resalta la manera en que la radio tomó provecho del ciberespacio y así poder desarrollarse con mayor campo.

Quienes aprovecharon esta oportunidad tecnológica no fueron únicamente las radios clásicas, también le sacaron provecho los extremistas del mundo que querían acceder a un medio de comunicación como es la radio y así poder ser escuchados en todos los continentes.

Sin embargo, se tuvo una previsión más amplia con respecto a una nueva revolución con la radio online pero que no se obtuvo dicha revolución, empero fue un gran desarrollo tecnológico lo cual brindó de nuevas oportunidades que deben ser explotadas. Las radios online utilizan una tecnología llamada streaming que se aplica habitualmente a la difusión de audio o video.

Su funcionamiento se da de la siguiente manera: se hace una distribución digital de un contenido multimedia a través de una red de computadoras. El audio no tiene que ser necesariamente descargado completamente, sino que se reproduce al mismo tiempo en todo el mundo mientras se mantiene la transmisión. Entonces para poder ver a detalle el funcionamiento de una radio, debemos conocer las ventajas y desventajas que existen en estas emisiones. (García Gago, 2014)

El ciberespacio genera un desarrollo en la manera de hacer una emisión radial y lo que ha impulsado el nacimiento de estaciones radiales que transmiten únicamente mediante el internet. Vivimos en una era en la que los medios de comunicación han ido generando estrechamente una conexión con el internet. Pero quien más ha aprovechado de este desarrollo fueron las radios. La radio más allá de solo transmitir mediante streaming, ha potenciado un avance en la tecnología que han sido de gran uso en el círculo de las emisoras radiales. (Rivera Costales & Ballesteros López, 2012)

La radio en línea hace la difusión de contenido digital (audio) mediante streaming bajo una corriente ininterrumpida. Cabe resaltar a la primera estación radial por internet que fue "Talk Radio" desarrollada por Carl Malamud en el año de 1993. Siendo así que esta radio manejaba la tecnología llamada MBONE (Multicast Backbone on the Internet) una red virtual extendida por internet que tiene cobertura mundial y así llegar a una mayor cantidad de oyentes sin hacer uso necesariamente de una antena. (Gertrudis & Canek, 2008)

Por lo general no se obtiene un alcance radial ya que tiene sus limitaciones pero que la radio online ha servido de mucho para corregir dichas limitaciones. También, la radio en internet puede ser transmitida desde cualquier lugar del mundo siempre en cuando se obtenga una red de datos de internet independientemente de no portar una antena.

La plataforma streaming funciona mediante un uso de datos de internet que se va almacenando va almacenando lo que se va descargando para luego mostrarse al usuario. Contraponiéndose al mecanismo de descarga de archivos, que requiere que el usuario descargue los archivos por completo para poder acceder a ellos. (Aguiar Guerrero, 2009)

Siendo así un modo más fácil y económico de transmitir a nivel global sin la necesidad de depender de licencias de transmisión y evitar el gato en equipos de transmisión. (Esteban, 2016)

La radio en línea no se considera una radio en su sentido clásico, implica un sentido más amplio que solo radio, porque los datos multimedia implementan niveles de lectura y de una participación activa del oyente que exige este tipo de decodificación. El cambio de la radiocomunicación a la red de internet conllevó a la adaptación de contenido multimedia del internet. (Piñeiro-Otero, 2011)

La radio fue tradicionalmente un medio de alta participación, sin embargo, el internet impulsa aún más la relación de contenido que fue establecida con sus oyentes. Por otro lado, el nuevo estándar de servicio que está estrechamente vinculado a los requerimientos de consumo. Los podcast o la transmisión en vivo permitieron realizar una experiencia personal e interesante. Empero el ciberespacio, como las redes sociales, ha permitido que la radio pueda tener un contacto más estrecho con los oyentes y poder relacionarse para lograr la activa participación entre emisor y receptor. (Rodríguez & Piñeiro-Otero, 2017)

Por ende, las radio emisoras deberían tener como punto clave la participación activa de los oyentes para crear espacios con contenido de interés. Participación, concurrente, servicios, plataformas y aplicaciones (Cloud computing) le dan otro significado a los que es la radio. (Márquez, 2015)

Las marcas radiales clásicas han incrementado su interés hacia el medio digital ya que concierne un gran potencial para poder ampliar sus plataformas y su manera de expresarse. El avance digital ha ido implementando contenidos de valor con el fin de atraer al público. Son factor importante también el gran avance tecnológico en cuanto equipos digitales nos referimos (Smartphone tablets) lo cual ha llevado a un

impulso de las aplicaciones móviles de radio y de diferentes plataformas que implementan la distribución de contenidos multimedia.(Costa, Moreno, & Amoedo, 2012)

El cambio que se obtuvo de la radio a una plataforma web y el impacto que tuvo dentro de las radios tradicionales son un constituyente de la mayor proyección dentro de los estudios radiales en España El cambio que se llevó en la radio, abarcó diferentes perspectivas una de ellas siendo la transformación de un modelo de comunicación y la nueva manera de distribuir contenidos, también la adaptación a las radios móviles o las nuevas maneras de hacer negocios, etc.

Esta manera nueva de trabajo se centra por lo general en la radio clásica, que toma en cuenta diferentes perspectivas de la realidad, generando así diversidad de contenidos. En 1913 Europa poseía 330 estaciones de telégrafos para el público en general lo cual tenían un alcance de 200 Km². En 1916 en Nueva York se escuchan las primeras frecuencias actuales, por motivo de las elecciones presidenciales que se iban a realizar en ese país, en 1918 se crea la Amplitud Modulada (AM) en 1997 se crea la Frecuencia Modulada (FM). (Rodríguez Zepeda, 2016)

Las primeras emisoras en Europa en Londres, en Manchester y en Birmingham. emitiendo su licencia La British Broadcasting Corporation (BBC) en Inglaterra el 18 de enero de 1923, la Reichrund Funk Gesellschaft (RRG) en Alemania, la Radiola en Francia y más, siendo algunas estaciones que comenzaron en el viejo continente.

En el continente americano, las estaciones como la KDKA de Pittsburgh, comenzó en 1926 la Radio Corporation of America (RCA) , o la primera cadena de estaciones de emisoras como la National Broadcasting Corporation (NBC), alcanzando a 10 millones de oyentes en 1929.(Carlos Rueda, Galán, & Rubio, 2014)

La Frecuencia modulada en algunos países ya está llegando a su fin, eso es el caso de Noruega pues fue el primer país en apagar esta frecuencia desde enero del 2017 según la BBC pues actualmente se están emitiendo vía Retransmisión Digital de Audio o DAB lo cual está permitiendo un ahorro al gobierno de US\$25.00 millones anuales, Dinamarca, espera que en 2019 todas las emisiones sean en digital, al igual que Suiza, que espera el apagón para 2024 o Alemania, en 2025. (Moreno Marchal, 2017)

La radio con el tiempo cambió los servicios que brindaban a la población, en principio solo era para información o comunicados, luego con fines recreativos, pero cuando querían emitir una obra aun la gente no estaba preparada pues el 30 de octubre de 1938 en la ciudad de Nueva York con la obra de Orson Welles llamado “La guerra de los Mundos”, causó que la audiencia entre en pánico al imaginar una invasión de los marcianos.(Rodríguez Zepeda, 2016)

La radio ha pasado unos constantes cambios también lo que le rodea como los auriculares que le fue cambiado por altavoces o los discos de acetatos que ahora ya no son utilizados en vez de ellos los CD compactos que ahora se pueden almacenar archivos digitales, lo cual también está influyendo a la televisión y otros medios de comunicación.

En los años ochenta el medio de comunicación fue limitado, pero en la actualidad la radio hay diferentes medios por lo cual el usuario puede utilizar, en los años ochenta la función de la radio era decir la hora, dar los anuncios y poner algunas músicas, no tenía ninguna competencia, pero en la actualidad vive una constante batalla con otros medios, ya que ofrecen los mismos y mejores servicios. (Rodríguez Zepeda, 2016).

Ahora el usuario también puede escuchar la radio a través de su aparato móvil sin que el Smartphone tenga radio solo a través de conocidas aplicaciones como TuneIn, Iheart, Radio.com, actualmente las propias emisoras crean sus propias aplicaciones para que sus oyentes puedan oírlos desde cualquier parte del mundo.

En el siglo XXI, la radio digital está experimentando grandes cambios, no solo al aspecto tecnológico, sino también al tradicional tras el uso de transistores, La radio pasa por una etapa de innovación que tiene que afrontar a la digitalización, el público joven busca la inmediatez del contenido en sus programaciones radiofónicas a la carta, la radio se reinventó con la llegada de las nuevas tecnologías gracias a la web 2.0, donde sus usuarios son los que crean los contenidos y dan el valor al sitio, la migración digital de los medios, garantiza la atención de sus audiencias. en el siglo XXI, no se puede discutir que la radio debe ser digital.(Florez, 2018).

Con el paso del tiempo se debe analizar acerca de los medios de comunicación que tendrán mayor impacto en los siguientes años, hablamos de la radio digital. Siendo que internet ha causado revuelo dentro

del mundo de los medios de comunicación. La radio ha ido evolucionando en concepto, en su manera de difundir y en el contenido que ofrecen a sus oyentes, la radio tuvo que dejar de ser algo analógico para convertirse en la conocida radio digital, uniéndose a una transmisión mediante internet que le permite presentar contenido variado y no solo en lo que información visual se refiere, sino que también de manera textual y auditivo.(Gertrudis & Canek, 2008)

La radio siendo un mecanismo que lleva la información de manera clásica en la que existe cierta interacción con los oyentes y haciéndolos activos y participes con el único propósito de obtener mayor cantidad de oyentes para que estos les generen cierto tipo de beneficios. Por ende, las emisoras fueron tomando consciencia de lo importante que es el mercado en línea y poniendo en práctica el uso de las redes sociales con el fin de llegar y tener más contacto con sus oyentes. Siendo así de vital importancia hacer el correcto uso de las redes en internet para llegar a aprovechar sus ventajas.(Martín Martín, 2013)

Según el marketing directo, la radio debe aprender a mantener un contacto amable con los oyentes y hacer que ellos se sientan escuchados y cómodos con el contenido que brinda la radio., Todo depende del manejo y uso correcto de las redes para poder interactuar con respeto y así que los oyentes puedan recomendar e invitar a mas amigos que se unan para llegar a ser una red más grande.(Inmaculada, 2017)

2.2 Importancia de la radio convencional

Como medio de difusión, posee una calidad íntima para poder comunicarse de forma rápida desde cualquier lugar.

Como una necesidad propia del hombre para comunicarse, nace la radio tomando como antecedentes las aportaciones hechas por investigadores desde épocas pasadas. Este medio permite comunicarse a distancia a través de las ondas electromagnéticas. Además, es un medio de comunicación que no es muy costosa al comparar con otros medios, es por esta razón que hoy en día en nuestro país existen varios medios de comunicación radiales y que brindan un aporte indispensable en la información de hechos y acontecimientos que suceden a diario.(López, Alejandro Méndez Hoyos, Carlos Montiel Del Pino, Alberto Moreno González, Laura Yanina Muñoz Azcurrain, Jorge Ayllón García; Sergio Castañeda Puche; Manuel de los Reyes Del Valle García, Alejandro Jaime Núñez, José Pablo García López, 2013)

Es importante recalcar que la radio para seguir siendo la más utilizada, pasó por una serie de adecuaciones tomando en cuenta los avances tecnológicos, porque con el surgimiento de la Televisión, la radio tuvo una infinidad de problemas, por tal motivo tuvo que adaptarse e ir formulando nuevas estrategias que haga más eficiente y esta no pierda su aceptación y continúe siendo la más sintonizada por sus diversos aspectos positivos que esta brinda al radioyente.

De este modo se demuestra que es un medio más económico al comparar con los demás medios de comunicación y está prácticamente al alcance de cualquier persona, porque con el avance tecnológico la señal de la radio puede llegar a cualquier sitio o rincón del planeta (Moreno Marchal, 2017).

Así, la radio sirve para un sinnúmero de fines; los sujetos se pueden sentir acompañados en su soledad o alejarse de la multitud que les rodea y de esa manera crear un lazo de participación en cuanto a la percepción, selección, interpretación de los mensajes, la mayoría de nosotros dependemos de los productos de la comunicación de masas, entre ellas la de la radio.(Mas Candela, Espinosa Tomás, Pérez Rodríguez, & Ferrer Crespo, 2015)

Las estaciones de radio tradicionales están cambiando esta nueva plataforma para aumentar su habilidad de llegar a nuevas audiencias que se trazan, de manera de buscan un nuevo formato o mecanismo que les permita alcanzar un mayor mercado de anunciante, al usar unas nuevas tecnologías que aún no están acostumbrados es todo un reto, ya que las radios con más demanda pasan un gran minuto de comerciales lo cual a su público no le agrada, para atraer su atención, por lo cual se recomienda le creación de programas podcast que cuelgan en su página web, la radio llega a personas que no puedan alcanzar a otros medios, entre muchas son las personas de edad, este medio es flexible que llega a mercados locales donde no hay mucho valor publicitario.(Acosta, 2017)

Tabla 1

Lista de Frecuencia FM en Subasta según el MTC

BANDAS FRECUENCIAS MODULADAS (FM)				
Departamento	Localidad	Cantidad de frecuencia	Precio base soles	Valor mínimo de la carta de fianza (soles)
Áncash	Huaraz	1	50.400	10.080
Apurímac	Andahuaylas	1	33.600	6.720
Arequipa	La Joya	2	25.200	5.040
Ayacucho	Asquipata - Morcolla- Querobamba	3	8.400	1.680
Ayacucho	Huanta	3	25.200	5.040
Cajamarca	Salique	2	8.400	1.680
Cusco	Quillabamba	3	33.600	6.720
Huancavelica	Conayca - Huando - Izcuchaca - Laria - Mariscal - Caceres - Nuevo occoro.	4	16.800	3.360
Junín	San Pedro de Cajas	1	16.800	3.360
La Libertad	Bolivar - Longotea - Uchumarca - Uchuncha	1	16.800	3.360
La Libertad	Chicama - Santiago de Cao	3	25.200	5.040
Lambayeque	Olmos	7	25.200	5.040
Moquegua	Calacoa - Cuchumbaya	6	8.400	1.680
Piura	Tambogrande	1	33.600	6.720

Bandas onda media (om)

Departamento	Localidad	Cantidad de frecuencia	Precio base soles	Valor mínimo de la carta de fianza (soles)
amazonas	Amazonas	3	16.600	3.360

Arequipa	Arequipa	2	37.600	7.560
Cajamarca	Jaén - San Ignacio	2	21.000	4.200
Cusco	Quillabamba - Echarate - Vilcabamba - Yanatile	3	16.800	3.360
La Libertad	Trujillo - Viru - Ascope – Gran Chimu - Julcan - Otuzco	7	37.800	7.560

2.3 Procedimientos a la creación de una estación convencional

Para crear una estación FM tienes que ver si aun en tu localidad existe una frecuencia disponible para esto tienes que visitar la página Web del Ministerio de Transportes y Comunicaciones y solicitar esta frecuencia o participar en las subastas públicas donde las frecuencias pueden comenzar desde S/35.000 a más según la MTC.

Al momento de adquirir te frecuencia ya sea en FM o AM es momento de adquirir los equipos que tienen un gran valor, primero tienes que adquirir una consola digital de radio, procesador de audio, un transmisor de frecuencia y finalmente una antena por donde podrás emitir tu programación.



Figura 1: Transmisores y antenas Fm

2.4 La radio por internet

La primera estación que emitió sus ondas por internet fue Talk Radio que fue desarrollada por Carl Malamud en 1993, al utilizar la tecnología llamada MBONE (Multicast Backbone on the Internet). dos años más tarde en febrero de 1995 se creó la primera emisora de tiempo completo dedicado al Internet llamada Radio HK creada por Norman Hajar y una agencia de publicidad en Marina del Rey, California. donde se emitía música de bandas independientes, las radios por internet a diferencia de las análogas necesitan ser escuchadas a través de una computadora o un móvil, en vez del aparato tradicional de la radio. (Rodríguez Zepeda, 2016)

Fue el padre de la radio a través de las ondas de la red, pues a través de él escucha tu emisora en vivo a través de una página web ofreciéndote la señal que se está emitiendo por ondas abiertas.

La variedad de emisoras que existen en el Internet es de las decenas de miles y operados en distintos países, pero lamentablemente no abundan los estudios acerca de este tema. La evolución se vio en poco

tiempo, los distribuidores crean cuellos de botella que obstaculicen la diversidad, su uso e incrementado en el mercado las estaciones de radio tradicionales ya están evolucionando a esta nueva plataforma, cuales ingresos que impulsará la radiodifusión en Internet.

Se tiene que analizar, las oportunidades, ventajas y limitaciones de la difusión de audio por Internet, los costos, la programación, la producción, las ventas, la comercialización y la administración. (Aguar Guerrero, 2009)

El internet está cambiando en su totalidad creando nuevas necesidades a los medios e exigiendo mayor respuesta, los grupos de comunicación establecieron en una nueva configuración de funcionamiento empresarial y tecnológico para imponer un perfil profesional, la radio tardo mucho en dar este paso, de este modo poder migrar a la red y adaptarse a los nuevos medios, los oyentes han dejado de estar en el extremo opuesto de la comunicación para estar en el centro de la información remitiéndoles evaluar y compartir contenidos.(Costa et al., 2012)

Las radios por internet necesitan de un portal para poder ser transmitidas, también necesitan una página web que a diferencia de las radios análogas no lo tienen. Por medio de ella pueden incluir noticias, música, videos, foros, promociones entre otros, Las tecnologías de red tienen técnicas de modulación, al igual que la AM y FM. por lo cual varía la intensidad a veces de su señal depende de la calidad de conexión que se tenga en la web.

Su uso se ha extendido cada vez más entrando incluso a nuevos dispositivos llevado la radio a diversos medios y públicos, mediante esta plataforma nos permite un consumo selectivo e interactivo los cuales podemos clasificar según (Rivadeneira-Olcese, 2012) en:

- La Radio online o Radio web.
- Podcast.

En esta tecnología se utilizará los medios ya existentes que es el internet, por el cual enviaremos paquetes de información por medio de un emisor a través de un software para que el receptor pueda escuchar y consumir nuestra emisora, vamos a introducir tres vectores: Implementación de redes de fibra óptica para mejora nuestra calidad y velocidad de ancho de banda, digitalización de información y comprimir los archivos. (Gertrudis & Canek, 2008)

Las personas que escuchan la radio a través de su celular necesitan de aplicaciones como TuneIn se está disponible en para los sistemas operativos de, Android e IOS, también existen emisoras que cuentan con su propia aplicación donde el usuario aparte de escuchar la radio podrá hacer otras cosas, el celular cobra importancia en la historia de la radio por internet desde los inicios de la década del siglo XXI tras ofrecer un servicio sencillo, gratis y muy recomendable para hacerlo.

Este medio más accesible y sobre todo económico, tras convertirse en una nueva fórmula de programación fragmentada o de contenidos aislados, se puede experimentar nuevos avances en la expresión sonora y multimedia, los elementos de internet se pueden incorporan a la radio tradicional como a navegación, fragmentación, interactividad e individualización.(González Conde, 2010)

Los escenarios mediáticos consumen los medios de comunicación, ahora que los dispositivos digitales reproducen audios y videos que están en el internet, la conectividad es más fiable y diverso aumentando el consumo y creando más plataformas, lo que queda en claro es que la individualización y personalización esta quedando atrás gracias a las ondas de red, eso también poniendo en peligro la privacidad, el consumo de la radio en internet aumento en gran manera estos últimos años, también la variedad de dispositivos en donde se puede disfrutar de ella.(Rivadeneira-Olcese, 2012)

Los medios de comunicación han creado un hueco en Internet pero el que ha sabido aprovechar la situación ha sido el medio radiofónico, la radio online permite transmitir audio en tiempo real a través de la tecnología streaming, por ello lo denominamos la radio en Internet es “una nueva radio para nuevos tiempos con nuevos modos en nuevos medios” tras la de la radio online hay una nueva forma de comunicar y por ello nuevos hábitos de consumo en sus usuarios, ya lo dice la Comisión de Audio Online IAB Spain “el audio online es capaz de crear relaciones con los consumidores, estén donde estén, en el momento adecuado”. (Inmaculada, 2017)

Muchos usuarios ya cambiaron su forma de escuchar la radio, ya que ahora utilizan el Internet de este modo lo vuelve un medio sea visible, adquiriendo la capacidad de ser bidireccional e interactiva, gracias a la tecnología del streaming nos da la posibilidad de escuchar música o ver videos sin necesidad de descargarlos, esto se logra mediante fragmentos enviados secuencialmente a través de la red.

Muchas emisoras trabajan con emisión directa no alojan su programación en el podcast, solo algunos cuantos emisores trabajan con este formato a pesar que puedan hacerlo, puede ser que no tengan aun el presupuesto suficiente para contratar un hosting para poder almacenar sus datos en su web.(Álvarez Moreno & Vásquez-Carvajal, 2015)

2.5 Beneficios de la radio online

Las ventajas que tiene son que sus frecuencias vía internet son libres e ilimitadas. Por ello, se le puede decir que la radio online tiene un alcance universal, que no tiene fronteras en el nuevo medio, pues a través de la línea se puede emitir señal con oyentes de todo el mundo, de este modo rompe las normas de la industria establecidas hasta ahora, ya sea más económica con estructura empresarial y con millones de oyentes potenciales.(Rendón López & Rendón López, 2016)

Este es el medio que aprovecha los recursos que le brinda internet, dando un gran salto tecnológico y generando oportunidad a varias nuevas emisoras, ya que este formato puede ser escuchada en cualquier lugar del mundo, mientras que una radio tradicional lo limita la zona geográfica, el clima y otros. Los beneficios de la radio online son:

- No necesitan ningún tipo de licencia para emitir.
- Lo que produce audiencias selectivas y programaciones más segmentadas y personalizadas.
- En su transporte no necesita de enormes quipos para su emisión.
- Es el modo más económico.
- Ofrece múltiples posibilidades

2.6 El Podcasting y Streaming

Podcasting es un acrónimo procedente de las palabras iPod (cápsula) y broadcasting (radiodifusión) o webcasting (difusión por una web de Internet). (Cebrián, 2008),

“El término podcasting surge de la combinación de public on demand y cast. En la conjunción de public on demand y cast está la razón del podcast. una transmisión pública que se descarga según demanda y a pedido.” (Montells y Vannini, 2007,)

Se puede utilizar como una herramienta potente, novedosa con grandes posibilidades creativas para el desarrollo de la radio en el internet, pues ha permitido que su público acceda a la interactividad e información mediante el audio que se escucha o copia en el dispositivo móvil o computador que utilizan al momento pues pueden repetirlo cuantas veces quieran, se le recomienda a los que manejan esta clases de páginas web mantenerlas actualizadas sus bibliotecas, para facilitar al oyente a que encuentre una variedad de contenidos, para ello contratar un hosting con espacio ilimitado para que no tenga problemas de espacio. (Rivera Costales & Ballesteros López, 2012)

Los archivos se distribuyen mediante el sistema de redifusión (RSS) para ello tiene que suscribirse y usar un programa que lo permita descargar la gran disposición de contenidos, los de medios abren un nuevo escenario con múltiples retos para la radio análoga, con el tiempo hubo un avance tecnológico, limitando a los medios tradicionales, no porque los vayan a desplazar, creándoles la necesidad de transformarse, o al menos de cambiar la forma de trabajar.

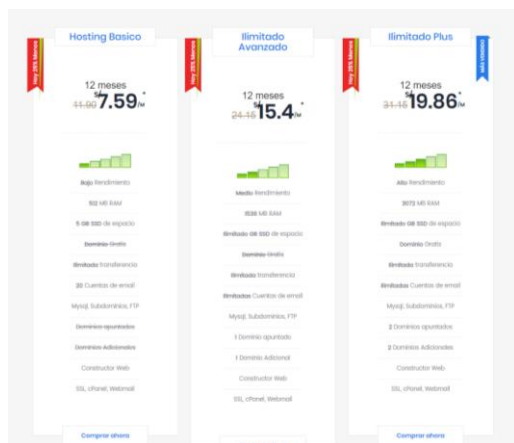


Figure 2 Precios de Hosting por la empresa Capa 7

Son archivos de sonido, generalmente de formato mp2, los cuales se comprimen se les nombra a MPEG-1, estos archivos se pueden compartir mediante un archivo llamado RSS el cual distribuye noticias y contenidos de un sitio que se actualiza, para que el usuario este informado y tenga variedad de contenidos, los archivos mp3, tienen un formato de audio digital, y ofrecen la posibilidad de comprimir su tamaño de 12 e incluso 15 veces menos que el archivo original.

El 13 de agosto del 2004, Adam Curry, un videojockey de la MTV, utilizó el RSS para poder añadir archivos, antes de esto en febrero del 2004 Ben Hammersley, un periodista del diario The Guardian, utilizo por primera vez el término en su artículo Audible Revolution, cuyo término habría surgido de iPodbroadcast, el mismo año cuando nació el primer podcast en España por José Antonio Gelado, llamado Comunicando. Este proyecto fue una continuación de Gelado llevaba a cabo momento en la radio Cadena SER, donde se creó programa de radio llamado Don Ratón, dedicado a la tecnología, seguidamente, surgió Punto y Aparte de Carlos Fenolla, Simfoony de Nacho Lasheras y Soliloquios de Javier Romero, entre otros.(Inmaculada, 2017)

El streaming se refiere a una red que tiene la capacidad de distribuir archivos multimedia (audio, video, texto) Esto se logra mediante fragmentos enviados secuencialmente a través de la red de internet, que es el simple hecho de escuchar música o ver vídeos sin necesidad de descargarlos completos antes de que los escuches o veas. Este Audio se exhibe sus características propias del medio radiofónico a través del Internet mediante Streaming. por lo cual requerimos de un programa computadora para que pueda comprimir el audio, algunos reproductores tienen tales capacidades como Winamp para Microsoft Windows, iTunes para Apple Macintosh y Microsoft Windows.

Streaming es la distribución de audio o video por Internet, para que el usuario pueda disfrutar el producto tanto sea en video o audio en paralelo mientras se descarga, se refiere de una corriente continua.(Joan, 2014)

“Se puede teorizar como una táctica donde las audiencias se conglomeran de diferentes medios y regímenes, sin embargo, podemos decir que es una transmisión, es una lógica estratégica de una industria emergente de transmisión. Esto resulta en el desenfoque entre el primer y el tercero y la transmisión autorizada y no autorizada. En esta disertación, se analiza cuáles son las lógicas de transmisión nacientes dentro de esta floreciente industria y cómo conforman y reconfiguran constitutivamente al público y las lógicas de transmisión tradicionales.”(Burroughs, 2015)

El proceso de transmitir contenido multimedia (sonidos) a través de internet, se refiere genéricamente a la radio en línea o radio por internet. Que consiste en la transmisión directa de audio radial a través de una red o plataforma llamada streaming. Es complicado poder darle una definición exacta a la radio, por el hecho de que una radio en línea llega a ser más interactiva con su público, tomando como ejemplo la transmisión del sonido acompañado con textos o cualquier otro medio multimedia. Campos Pestano hace referencia al sistema binario que la radio online hace uso. También pone énfasis a la clasificación según

sea el canal donde se emiten; La radio digital por satélite, radio digital terrenal y la radio web. La radio por internet se considera una de las formas de la radio digital y lo cual obtiene una serie de variantes. Tomando así una de ellas que es la transmisión de emisoras mediante el internet, y otra de las variantes son aquellas emisoras que solamente son transmitidas por internet, creadas y transmitidas en esa única plataforma sin necesidad de usar la ya conocida forma analógica (AM o FM) (Esteban, 2016)

2.7 La radio online ahora lo llevas a todas partes

Hoy en la ciudadanía experimenta por la radiofonia móvil, pues en ella se experimenta la diversidad de servicios y contenidos desde un aparato móvil, desde reproductores multimedia, Smartphone, tabletas y más. Su revolución permite el acceso y que el usuario disfrute de una variedad de contenidos radiofónicos gracias a las sencillas extensiones de software para el acceso a la página web o aplicativo. (Inmaculada, 2017) Con el lanzamiento del iPhone en el 2007 y iPad en el 2010 comenzó la gran revolución a que la radio online sea móvil, "el mercado mundial de tabletas y Smartphone ha vivido un exponencial crecimiento en el último año, ya que son internautas el 80,6% de la población, siendo así el público objetivo los jóvenes de entre 16 y 24 años con un porcentaje del 98,4% en España" según la (Fundación Telefónica, 2017)

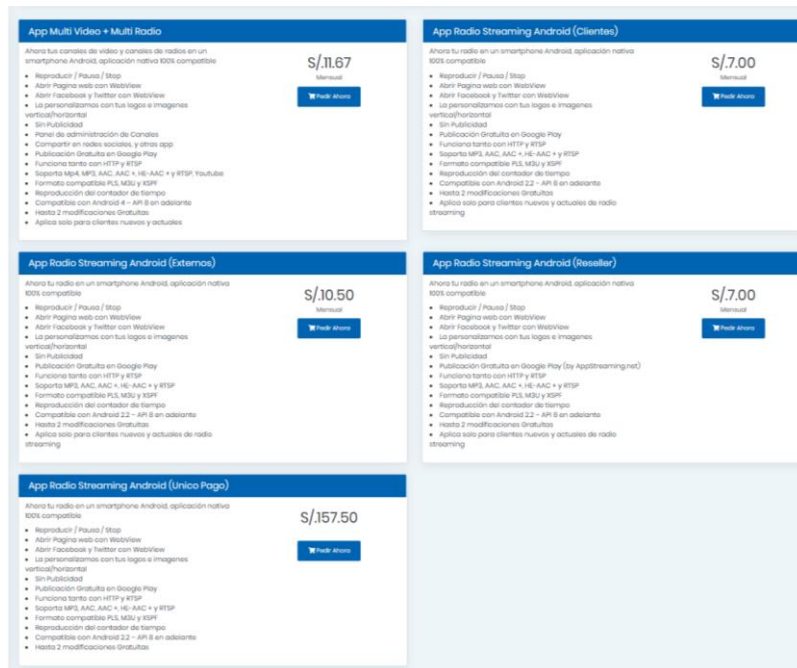


Figure 3 Precio por la creación de la App por la empresa Capa 7

2.8 La web 2.0

Las emisoras analizan cuanto tienen que transformar para que su usuario experimente el internet, en los últimos años la web pasó de ser estático o 1.0 a social o actualmente conocido 2.0, permitiéndoles compartir contenidos y la creación de nuevos blogs, la cual permitió a crear emisoras online, migrando también a las redes sociales como Facebook o twitter. "Las redes sociales son herramientas que ayudan en la vida cotidiana y permiten internautas de todo el mundo, como muestra el último informe presentado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, en la Unión Europea- en uso de las redes sociales en Internet" (Díaz-Campo, 2013)

2.9 La radio convencional vs la radio online

	Radio Convencional	Radio Online
Calidad de sonido	Su calidad de sonido será igual, existe dos frecuencias en AM y FM	Es depende de la banda de ancha tanto del emisor como del receptor.
Reglamentación	Debes tener una licencia del MTC para utilizar el espectro electromagnético.	La radio por internet no posee ninguna reglamentación para su difusión se puede lograr desde una computadora que cuenta conexión a internet alojándote en tu pagina web.
Costo de Montaje	En la adquisición de equipos y conseguir una frecuencia es muy caro.	
Transmisión desde cualquier lugar	Solo se puede transmitir desde una cabina de estudios.	Se puede transmitir desde cualquier parte que tengas acceso a internet.
Integración de programas	Por los límites de la radio análoga, solo puede emitir un programa de radio.	Se pueden agrupar de acuerdo a su variedad de programas, o mediante la tecnología que usan
Accesibilidad	Se puede escuchar mediante una emisora de radio Fm o autorradios.	Se puede acceder desde variedad de equipos de multimedia, ya sea desde un celular hasta un Tv
Cobertura	Solo puedes escucharla en la ciudad o zona de origen y lugares paralelos	Este medio tiene una cobertura global, es suficiente que tenga acceso a la red para que puedas disfrutar de tu emisora favorita.
Multimedia		Ofrece diferentes canales de interacción ofreciéndoles información en tiempo real de la música nombre del artista y álbum que se está emitiendo.

3. Conclusiones

De este modo se concluye que en la creación de una estación online es más económica que una estación FM, ya sea en la inversión de equipos y adquisición de frecuencia, de este modo podemos impulsar a la creación de nuevas estaciones radiales por las ondas del internet, ya en las zonas saturadas por las frecuencias de señal abierta.

Demostrando cuan beneficioso e interactivo es, ya que no tiene límites geográficos como la radio tradicional, y esto permite escucharla desde cualquier parte del mundo, por ello se ve que las actuales emisoras están cambiando a esta nueva plataforma, ahora también disfrutando en diversos aparatos tecnológicos, ya sea desde un ordenador hasta una TV.

Demostramos que sus frecuencias que se emiten vía interne son libres e ilimitadas, lo cual lo lleva a un alcance universal rompiéndole todo tipo de fronteras conociendo nuevos tipos de oyentes en el mundo, aprovechando los recursos del internet. Rompiendo los limites geográficos, clima y otros para una radio tradicional.

Concluimos también que la radio online es mejor por no necesitar ningún tipo de licencia para emitir, producir audiencias selectivas y programaciones más segmentadas y personalizadas, más fácil en su transporte, ya que no necesita de enormes equipos para su emisión.

Referencias

- Acosta, E. L. V. (2017). *Influencia de las nuevas Tecnologías en las Formas de Participación de las Audiencias en las Radios Trujillanas FM - 2016*. Universidad Privada Antenor Orrego.
- Aguiar Guerrero, C. F. (2009). *Al Aire Web Tu La Creas, Tu La Programas, Tu La Escuchas*. PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.
- Álvarez Moreno, M. A., & Vásquez-Carvajal, S. C. (2015). *Radio y cultura: Una propuesta de radio ciudadana en Internet*. 18(2), 475–498. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.2.7>
- Bailey, P. (1997). La radio. *Revista de Occidente*, (191), 122–125.
- Barrios Rubio, A. (2016). *La radio generalista colombiana ante el desafío digital: un modelo en transición*. (August), 500. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10803/386494>
- Burroughs, B. E. (2015). Streaming media : Audience and industry shifts in a networked society (Vol. 58). Of Iowa.
- Carlos Rueda, J. L., Galán, E., & Rubio, Á. L. (2014). *Historia de los medios de comunicación* (Alianza Editorial, Ed.).
- Costa, M. del P. M., Moreno, E., & Amoedo, A. (2012). La radio generalista en la red: un nuevo modelo para la radio tradicional. *Anagramas: Rumbos Y Sentidos de La Comunicación VO - 10*, 10(20), 165. <https://doi.org/10.22395/angr.v10n20a11>
- Díaz-Campo, J. (2013). Análisis de la calidad de las páginas web de las principales cadenas de radio temáticas españolas: Las nuevas estrategias para aumentar la participación de la audiencia. *Observatorio*, 7, 131–149.
- Esteban, L. M. (2016). “ *Propuesta de creación y diseño de una emisora de radio para la Comarca del Jiloca*.”
- Florez, C. E. B. (2018). *Programa radial online educomunitativo que promueve el diálogo y participación de los jóvenes en ambientes educativos*. Pontificia Uniiiversidad Católica del Perú.
- Francisco Aroldo Jerez Clara. (2014). *Funcionalidad de la Radio en la Internet*. Universidad Galileo.
- García Gago, S. (2014). *Curso Virtual: Radio en línea*. 33. Retrieved from https://radioslibres.net/wp-content/uploads/media/uploads/documentos/tutorial_4_-_radioslibres_-_radio_en_linea.pdf
- Gertrudis, C., & Canek, C. (2008). *Señal de radio por internet*.
- González Conde, M. J. (2010). La ciberradio: Nueva alternativa de futuro para la radio. *Revista de Estudios de Juventud*, (88), 51–62. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.04.011>
- Inmaculada, C. M. (2017). “ *La radio y sus nuevas formas de interacción : Una aproximación a la interactividad en las radios generalistas de Gandia .* ”
- Joana Re, M. (2014). *La era de los nuevos medios: Panorama general sobre la radio online*. Universidad Nacional de Rosario.
- López, Alejandro Méndez Hoyos, Carlos Montiel Del Pino, Alberto Moreno González, Laura Yanina Muñoz Azcurrain, Jorge Ayllón García; Sergio Castañeda Puche; Manuel de los Reyes Del Valle García, Alejandro Jaime Núñez, José Pablo García López, Á. (2013). *Estamos en el aire* (Grupo de i; U. de Málaga, Ed.). Retrieved from <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1312/1312.pdf>
- Márquez, E. L. (2015). Posicionamiento de la DTA radio online de la universidad de Carobo en los usuarios de las redes sociales desde el marketing 2.0 (Universidad de Carobo). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Martín Martín, V. (2013). *La eficacia de internet como medio de comunicación en el sector turístico español: el branding en los web turísticos*. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.
- Mas Candela, D., Espinosa Tomás, J., Pérez Rodríguez, J., & Ferrer Crespo, B. (2015). *Medida y mapeado de vibraciones con cámaras fotográficas de bolsillo*. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.ftunivalicante.oai.rua.ua.es.10045.50229&lang=es&site=eds-live>
- Moreno Marchal, V. (2017). *La radio online : nuevas formas de hacer radio*. Retrieved from <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/65227>
- Piñero-Otero, T. (2011). Los podcast; de la radio web hacia un paradigma de mobile learning. *Chile.Unisinos.Br*. Retrieved from <http://chile.unisinos.br/pag/pineiro-otero-los-podcast-de-la-radio-web.pdf>
- Rendón López, L. M., & Rendón López, L. M. (2016). *Radio universitaria en Internet, experiencias de formación de comunicadores radiofónicos* (Universidad Complutense de Madrid). Retrieved from <https://eprints.ucm.es/44280/>
- Rivadeneira-Olcese, C.-V. (2012). La era digital de la radio. *Universidad de Lima*, 1–8. Retrieved from <http://repositorio.ulima.edu.pe/handle/ulima/2386>
- Rivera Costales, J., & Ballesteros López, T. (2012). *100 claves para la radio en línea* (CIESPAL). Quito.
- Rodríguez Zepeda, A. S. (2016). *La evolución de la radio y la influencia de las nuevas tecnologías en la comunicación entre locutor y oyente*. Universidad Rafael Lanívar.
- Rodríguez, J. J. V., & Piñero-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>

