



“El impacto comunicacional de Radio San Mateo Digital al aplicar nuevas estrategias de comunicación durante el primer semestre de la pandemia Covid-19”

Autor:

Anchundia Lucas Jorge Geovanny

Dirección de Posgrado, Cooperación y Relaciones Internacionales.

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Trabajo de Titulación, presentado como requisito para la obtención del grado de
Magíster en Comunicación, mención Comunicación Digital.

Tutor:

Dr. Carlos Intriago Macías, Ph.D

Manta, 2021

Declaración de autoría

Yo, **Jorge Geovanny Anchundia Lucas** con cédula de ciudadanía No.**1310958515**, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“El impacto comunicacional de Radio San Mateo Digital al aplicar nuevas estrategias de comunicación durante el primer semestre de la pandemia Covid-19”** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

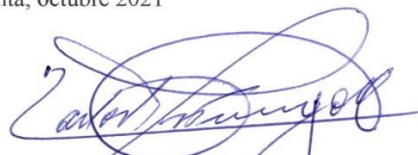
Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Manta, octubre 2021

Aprobación del tutor

Certifico que el trabajo de titulación, fue realizado por el Lic. Jorge Geovany Anchundia Lucas, mismo que ha sido realizado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido, por lo tanto, cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Manta, octubre 2021



Dr. Carlos Intriago Macías, Ph. D
TUTOR

TEMA

El impacto comunicacional de Radio San Mateo Digital al aplicar nuevas estrategias de comunicación durante el primer semestre de la pandemia Covid-19.

TABLA DE CONTENIDO

TEMA	4
TABLA DE CONTENIDO	5
RESUMEN	6
ABSTRAC	7
INTRODUCCIÓN	8
DESARROLLO	9
Estrategias de comunicación	9
Estrategias digitales	10
Estrategias digitales aplicadas a la Radio	11
Las radios comunitarias y su salto a la digitalización	12
Radio San Mateo y su transformación digital	13
METODOLOGÍA	14
RESULTADOS	15
Lugar de residencia de los usuarios de la radio San Mateo digital	15
Acceso a Radio San Mateo digital en tiempo de pandemia	15
Franja horaria de acceso a Radio San Mateo digital	16
Tipos de medios digitales para acceder a la radio en internet	16
Los podcasts en la radio en internet	17
Credibilidad de los contenidos compartidos sobre el Covid 19 por radio San Mateo digital en el período de marzo a agosto del 2020	18
Tipos de contenidos publicados por Radio San Mateo digital	19
Compañía en tiempo de crisis.....	19
CONCLUSIONES	20
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	21

RESUMEN

La audiencia en general en tiempos de pandemia dispuso de mucho tiempo para informarse y entretenerse, por lo que este artículo tiene como objetivo analizar el impacto comunicacional de Radio San Mateo Digital al aplicar nuevas estrategias de comunicación durante el primer semestre de la pandemia Covid-19, para lo cual del 1 al 5 de marzo se realizó una encuesta de 10 preguntas cerradas a hombres y mujeres entre 18 y 40 años seguidores de la radio en donde la población fue de 19.110 seguidores en el período de marzo a agosto del 2020 y la muestra obtenida de 72 encuestas. Los resultados obtenidos señalan que la radio en internet juega un papel fundamental en momentos de crisis, y que en esta pandemia ha sido relevante, al punto de considerarse como una compañía para la audiencia en una gran mayoría. Como estrategia digital se destaca la creación de contenidos y podcasts relacionados con el Covid-19, prevención, finanzas y ayuda social. Destaca, además, la credibilidad que obtuvo la radio y el impacto que causó a su audiencia y que se manifestó a través de comentarios en las publicaciones que el medio de comunicación realizó diariamente en tiempos de pandemia.

Palabras clave: Impacto comunicacional, radio digital, estrategia digital, Covid-19.

ASBTRACT

The general audience in times of pandemic had a lot of time to inform themselves and be entertained, so this article aims to analyze the communicational impact of Radio San Mateo Digital when applying new communication strategies during the first semester of the Covid-19 pandemic. , for which from March 1 to 5, a survey of 10 closed questions was carried out to men and women between 18 and 40 years old, followers of the radio where the population was 19,110 followers in the period from March to August 2020 and the sample obtained from 72 surveys. The results obtained indicate that internet radio plays a fundamental role in times of crisis, and that in this pandemic it has been relevant, to the point of being considered as a company for the audience in a large majority. As a digital strategy, the creation of content and podcasts related to Covid 19, prevention, finance and social aid stands out. It also highlights the credibility that the radio obtained and the impact it caused to its audience and that was manifested through comments in the publications that the media made daily in times of pandemic.

Keywords: Communication impact, digital radio, digital strategy, Covid-19

INTRODUCCIÓN

La comunicación digital en la actualidad permite la facilidad de comunicarse por diferentes vías al mismo tiempo y enviar diversos significados en un mismo mensaje. Las reglas son distintas, las audiencias no necesariamente están definidas; las tecnologías disponibles y la evolución del tipo de mensajes han creado nuevas formas de hacer periodismo (Assardo, 2018).

Entre los medios de comunicación que se han adaptado a comunicación digital está la radio, que ha innovado su espectro y ahora hay un público que consume radio en internet a través de elementos digitales como computadoras desktops, portátiles o telefonía móvil. El usuario de la radio en internet es alguien que conoce y utiliza tecnología, por lo tanto, manipula la tecnología a su elección, prefiere la interactividad, está conectados a varios canales de información y por supuesto gusta de mantenerse información en el momento que prefiera.

En consecuencia, la digitalización, inmersa en la comunicación digital, ha sido y es un proceso rápido que ha cambiado no solo la forma de comunicarse sino las tendencias y preferencias de la audiencia en general. A raíz del aislamiento y distanciamiento físico provocado por la pandemia del Covid-19, los contenidos en las redes se multiplicaron, siendo la radio en internet un medio de comunicación de preferencia entre la audiencia.

Desde hace una década de acuerdo con González (2010):

“La radio en Internet modifica la concepción tradicional de los dos modelos radiofónicos el convencional y el especializado, consiguiendo una nueva fórmula de programación fragmentada o de contenidos aislados, que sustituye a la oferta de programas de emisión única y continuada y audición masiva. Además, se experimentan nuevos avances en la expresión sonora y multimedia que dan valor fundamental a la interactividad, a la búsqueda y a los enlaces. De este modo, los elementos comunes de Internet se incorporan como algo propio, pero se intenta conservar las peculiaridades de la radio tradicional, que también se transforma en distintos productos, movidos por la navegación, fragmentación, interactividad e individualización”

Como toda transformación digital, el ambiente que promueve la radio en Internet comprende no sólo un avance tecnológico, por así decirlo, sino que involucra

nuevas formas de los canales de distribución, así como una reestructuración concienzuda de la producción de sonidos, que genera un cambio importante en el lenguaje radial al añadirse elementos multimedia, además de los tradicionales conocidos con son la voz, la música, los efectos y el silencio.

La pandemia del Covid-19 revolucionó la vida de las personas a nivel mundial, tal vez, como ninguna otra pandemia en la historia de la humanidad. Aunque han existido y existen otros virus más mortales y letales, ninguno ha generado tantas reacciones, provocado en gran medida por la vertiginosidad de los medios de comunicación digitales al momento de comunicar. Y es que han jugado un papel crucial en la cobertura de la emergencia sanitaria, compartiendo sucesos positivos y negativos. Es innegable que hace 10 años no existía la misma cobertura de hechos a través de plataformas digitales, además, el número de usuarios de estas plataformas se ha quintuplicado en la última década.

En este contexto, el consumo de la radio por internet está marcado por una innovación en relación a estrategias de comunicación que tienen que ver con el hipertexto, la interactividad, la multimedialidad y el uso de plataformas digitales, razón por la cual este artículo tiene como objetivo identificar las estrategias comunicacionales que aplicó Radio San Mateo Digital ubicada en la zona rural de Manta durante el primer semestre del año 2020 de la pandemia Covid-19 y su impacto en la audiencia de la radio.

DESARROLLO

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Las estrategias de comunicación contienen una serie de acciones bien planificadas que se proponen lograr ciertos objetivos a través del uso de

métodos, técnicas y enfoques de comunicación. En términos generales, tratan de describir qué se va a comunicar, con qué objetivo, sobre qué tema, por qué medios, a qué audiencia, en qué tiempo y con qué presupuesto (Villegas, 2021).

También, López (2003) hace referencia a las estrategias de comunicación como el proceso que tiene que conducir en un sentido y con un rumbo, la voluntad planificada del hombre hacia el logro de objetivos generales que permitan modificar; la realidad de la cual partimos, sin perder el rumbo, sin perder lo esencial de esos propósitos.

Lo cierto es que la acción comunicativa exige de un proceso de planeación previa que contribuya de alguna manera a garantizar la eficacia del esfuerzo y para ello es necesario hablar entonces de estrategias de comunicación que constituyen el conjunto de formas y modos comunicativos que tienen como objetivo establecer una comunicación eficaz de ideas, productos o servicios con un compromiso implícito de recursos y que ayuden a la toma de decisiones.

ESTRATEGIAS DIGITALES

Hablar de estrategias de comunicación digital es hablar de estrategias adaptadas a Internet. La estrategia digital es una metodología que tiene como objetivo definir las acciones de comunicación en Internet y elegir las herramientas adecuadas para hacerlo (Jijón, 2020).

En las estrategias digitales, las redes sociales toman un protagonismo de gran importancia. La relación directa establecida entre las distintas posibilidades de conectividad de los destinatarios objetivos exige que, los profesionales de los medios de comunicación cuenten con el conocimiento necesario de terminología social, herramientas, escenarios y conductas de los distintos usuarios actuales.

Una estrategia de comunicación digital de acuerdo con Maram (2021) es el conjunto de acciones en línea que se impulsan a través de un mensaje constante, sólido y diferenciado y que tiene relación los siguientes objetivos:

- La presencia de marca
- La construcción de una buena percepción
- La atracción de audiencia
- El crecimiento de resultados y, por ende, el aumento de conversiones

ESTRATEGIAS DIGITALES APLICADAS A LA RADIO

La radio en internet a través de estrategias digitales tiene la capacidad de poder realizar transmisiones en vivo, podcasting, interactuar con la audiencia, mostrar contenido en texto, imágenes, videos, etc. Entre las estrategias digitales aplicadas a la radio en internet se encuentran:

- ***Estrategia de visibilidad***

Es la estrategia que se usa para llegar de manera adecuada, coherente, fácil y rápida a los usuarios finales. Este tema está relacionado, entre otros, con columnas de página, colores, tipos de letra, ubicación del reproductor de sonido, datos de contacto, redes sociales, contenidos multimedia, chat y ubicación de publicidades, con las cuales interactuar.

Además, sugiere que el sitio web sea de fácil navegación, rápida exploración, es decir que pocos clics y pocos segundos sean suficientes para llegar a la información buscada, de tal manera que ubique en un lugar destacado el reproductor de sonido de su emisora, para que en el menor tiempo de carga de la página el usuario pueda abrir o cerrar el audio, sea en Podcast o en vivo (Barrios, 2017).

- ***Estrategia de contenidos***

La creación de contenidos específicos para alcanzar una gran audiencia marca el presente de los medios en línea. Cada vez se consolida más y más la idea de audiencias específicas y la radio en internet no es ajena a esta realidad y por eso se escuchan emisoras para determinados sectores o tipo de audiencia.

- ***Estrategia de confianza***

Cuando se emite en la red se lo hace para millones de personas por lo que es aconsejable revisar los ciclos de vida de los espacios producidos por la radio en internet y en ese sentido es conveniente ajustar la estrategia para llegar a más personas. Ese ajuste implica revisar la programación, oxigenar, buscar nuevos aires, nuevas voces, descubrir talentos. Haciendo un control de calidad de lo emitido, serán los usuarios mismos quienes promocionen lo que tanto siguen porque responde a sus gustos y necesidades.

- ***Estrategia de posicionamiento***

La convergencia digital simplifica y agiliza los procesos de la labor periodística, y los medios tienen a mano herramientas poderosas para transmitir contenidos. Si bien la radio carretea sobre el sonido como su lenguaje específico, la experiencia de emisión en internet tiene como soporte una plataforma multimedia donde la información oral se complementa con fotos, textos, videos.

Se suma la interactividad que es una característica que deben cumplir todos los medios digitales, ya que permite a emisores y receptores ser parte activa del proceso de comunicación. La interactividad se puede dar desde la apertura de foros o espacios de comentarios y sugerencias donde todas y todos se puedan expresar, no solo dentro de los programas radiales sino también dentro de su sitio web, esto, sin duda, genera mucha información y multiplicidad de temas que pueden ser replicados en la emisora.

En la radio por Internet poco se ha caminado, poco se ha escrito y, sin duda, todo está por hacerse. La creatividad y la innovación son fortalezas de este tipo de iniciativas, para lograr que la misma no solo logre posicionarse dentro de la audiencia sino impactar.

LAS RADIOS COMUNITARIAS Y SU SALTO A LA DIGITALIZACIÓN

La radio se encuentra en el nuevo escenario de los medios de comunicación en el que predomina la tendencia acelerada hacia la digitalización y convergencia y en el que cada uno busca su arraigo y diferencia alternativa. El cambio de la digitalización no es meramente técnico, sino que repercute en el aspecto jurídico, económico, comunicativo, de los contenidos y tratamientos (Cebrian, 2018 p.27).

En el marco de la comunicación digital señalan Galarza y Romero (2018) que la radio comunitaria en Ecuador asume el reto de transformar una de sus principales características, la unisensorialidad, que como su nombre lo indica, se refiere a un solo sentido; en el caso de la radio, al oído. Para algunos críticos esta característica de la radio ha sido su mayor desventaja, pues no está reforzada por la visión. Adaptarse a la transformación digital requiere un adecuado manejo comunicacional empleando y comprendiendo nuevas conexiones y uso de herramientas audiovisuales que aprovechen por ejemplo el potencial de redes sociales como Facebook.

En general, las redes sociales impulsan a los medios de comunicación a crear nuevas formas de como fijarse en el ámbito de la comunicación en internet, entendiendo las necesidades de los usuarios, sus lugares de encuentro, así como sus formas de acceso e interacción con contenidos informativos. Sin embargo, la radio comunitaria dentro de la comunicación digital se ha desempeñado con escasa preparación, asumiendo el entorno virtual con lo que le ofrece el momento, sin entender sus demandas y paradigmas comunicacionales.

RADIO SAN MATEO Y SU TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Todo proceso de comunicación ocurre en un contexto histórico, social, cultural, económico, político y comunicacional determinado. La dinámica de este contexto, o momento histórico, determina las condiciones de reproducción de las sociedades, las condiciones de relacionamiento social y, también, las condiciones de comunicación.

En este sentido, radio San Mateo digital cumple un papel trascendental como medio informativo. La cercanía y empatía con la audiencia se produce cuando existe interacción, cuestionamiento, participación y debate, de ahí la necesidad de abordar un tema de actualidad y que tiene como objetivo analizar el impacto comunicacional causado por Radio San Mateo Digital al aplicar nuevas

estrategias en un tiempo muy complicado como fue el primer semestre la pandemia Covid-19.

Radio San Mateo digital inicia a transmitir en internet desde el año 2017 a través de la red social Facebook de manera intermitente. A partir del año 2019 las publicaciones se realizan permanentemente y durante el año 2020 logró consolidar una gran audiencia, debido a que el contenido compartido de interés local gustó a los seguidores.

METODOLOGÍA

Para abordar el impacto causado por Radio San Mateo digital en su transmisión en internet en el período de marzo a agosto del 2020, a través de las estrategias digitales aplicadas, se desarrolló un estudio exploratorio con enfoque cualitativo-cuantitativo, con la encuesta como método de obtención de información. La selección de un cuestionario digital radicó en su eficacia para la distribución y obtención de respuestas. La encuesta se distribuyó a través de la red social Facebook del 1 al 5 marzo del 2021 con las siguientes características: Los encuestados podían ser hombre y mujeres entre 18 a 40 años, debido a que según varios estudios este rango de edad se encuentran la mayor cantidad de consumidores de contenidos en internet. La población estuvo conformada por 19.110 que es un promedio de seguidores entre marzo y agosto del 2020. La muestra de 72 encuestas se obtuvo aplicando la fórmula probabilística para una población finita, con un 95% de confianza y un 5% de margen de error.

El cuestionario aplicado contuvo las siguientes preguntas:

1. ¿En qué ciudad nació usted?
2. ¿En qué lugar está residiendo actualmente?
3. ¿Con qué frecuencia accede usted a la radio en internet?
4. ¿Qué dispositivo utiliza para acceder a la radio en internet?
5. ¿Cuál es la franja horaria de su preferencia para conectarse a la radio en internet?
6. ¿Los podcast o videos descargables satisficieron su necesidad de información sobre el Covid 19?

7. ¿Considera usted que los contenidos compartidos por la radio San Mateo digital goza de credibilidad?
8. ¿Las publicaciones relacionadas con prevenir, enfrentar y combatir el Covid 19 realizadas por Radio San Mateo digital aportaron de manera positiva a su vida?
9. ¿Qué tipos de contenidos publicados por Radio San Mateo digital en el período de marzo a agosto del 2020 identificaba lo que estaba viviendo en ese momento de la pandemia?
10. ¿Considera usted que Radio San Mateo digital en el período de marzo a agosto del 2020 fue una compañía en tiempo de crisis?

RESULTADOS

Los resultados obtenidos, una vez aplicada la encuesta muestran el sentir de una población con obvias secuelas emocionales al enfrentar la crisis provocada por el Covid-19 que encontró en la radio en internet no solo un medio de consumir noticias.

LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS USUARIOS DE LA RADIO SAN MATEO DIGITAL

La radio traspasa fronteras y la radio en internet lo hace de mejor manera, porque basta contar con una conexión de internet para acceder a la plataforma digital y consumir el contenido propuesto (Grillo, 2019). En la investigación realizada los usuarios encuestados en su totalidad son de Manta, pero por diversas situaciones no radican en la ciudad. El 79% de los usuarios de la radio radican Manta, el 8% reside en otros cantones de Manabí, el 1% en otras provincias y el 12% fuera del país, lo que corrobora la función de la radio que es de mantener unidas a las personas a sus raíces a través de un medio digital, de manera especial en tiempo de crisis. En la radio en internet sucede algo increíble que no tiene que ver con las publicaciones textuales o los videos; que son útiles a la hora de comunicar ideas, comunica también emociones.

ACCESO A RADIO SAN MATEO DIGITAL EN TIEMPO DE PANDEMIA

De acuerdo con Bernácer (2020), la llegada de la pandemia ha hecho que la sociedad modifique los hábitos y costumbres, algo que también le ha ocurrido a

la radio, entrando a formar parte del entorno familiar y como refugio y apoyo psicológico para muchas personas. Esta situación ha convertido a los mayores en las personas más vulnerables en la crisis del COVID-19. Sin embargo, este aislamiento ha supuesto a su vez una oportunidad para que las personas entre 18 y 40 años adopten la radio en internet como medio de información, así un 76% de los encuestados accedió a la radio diariamente, un 18% lo hizo en varios días a la semana y un 6% accedió esporádicamente durante el mes.

FRANJA HORARIA DE ACCESO A RADIO SAN MATEO DIGITAL

En situaciones de pandemia, una de las necesidades más importantes de las diferentes audiencias fue la de estar informado. Según Martínez-Costa (2017):

La radio juega con ventaja en este nuevo escenario, ya que sigue siendo un espacio privilegiado de complicidad, de proximidad y de interacción personal con su audiencia. Antes, se subrayaba que la clave o llave del éxito de la radio estaba en las apuestas por los contenidos, pero ahora esta clave cambia y apuesta por la búsqueda de la audiencia en los escenarios físicos y virtuales en los que se encuentra. Llegar a las audiencias, hablar con ellas, establecer un diálogo, estrechar la complicidad es el camino buscado y encontrado por la radio que, sin abandonar su diseño tradicional, trabaja por extenderse a nuevas fórmulas de conversación.

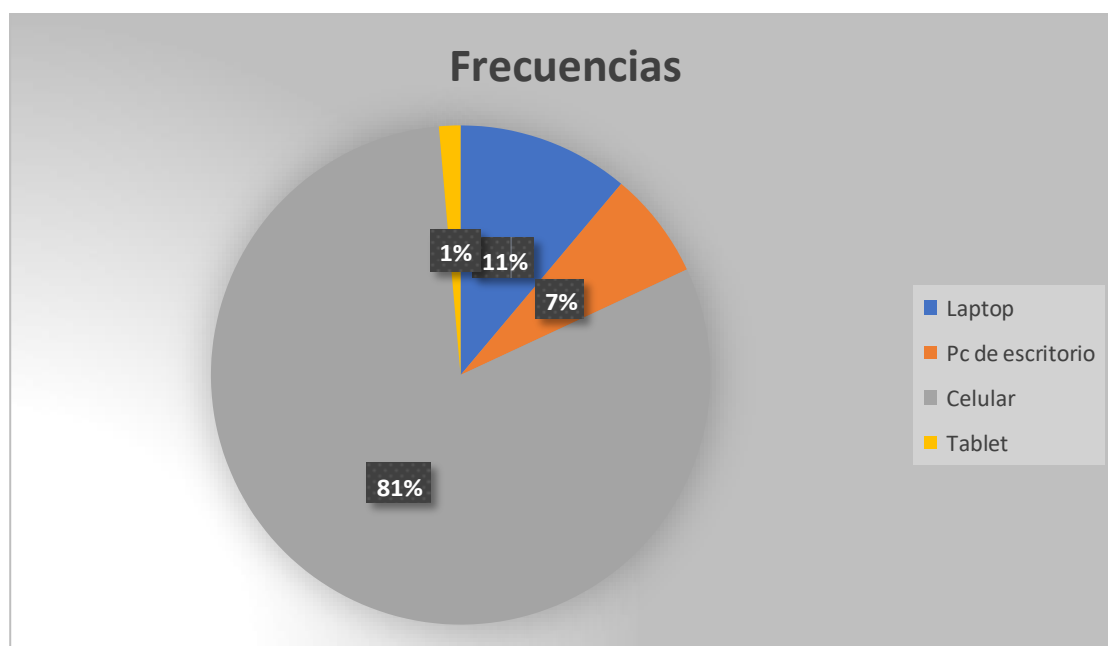
Y es que, ante una situación desconocida, que además es peligrosa, no se puede evitar sentir la necesidad de informarse a cualquier hora para reducir la incertidumbre. Por eso, el 42% de los encuestados señalaron que su franja horaria para conectarse fue a partir de las 24h00, mientras que un 24% se conectó en la mañana a partir de las 7h00, un 22% y 12% en la tarde a partir de las 14h00 y 17h00 respectivamente.

TIPOS DE MEDIOS DIGITALES PARA ACCEDER A LA RADIO EN INTERNET

Quienes acceden a la radio por internet lo realizan desde varios dispositivos, siendo el celular el más utilizado en un 81% debido a que los usuarios utilizan este tipo de tecnología en todo momento, le sigue la laptop en un 12% porque con este tipo de dispositivo se puede trabajar y escuchar la radio al mismo

tiempo, al igual que la Pc de escritorio que presenta un 6% de preferencia entre los encuestados. Finalmente, con el 1% está la Tablet como dispositivo para acceder a la radio en internet, tal como señala el gráfico 1.

Gráfico #1 Medio digitales de acceso a Radio San Mateo digital en el primer semestre de la pandemia



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autor

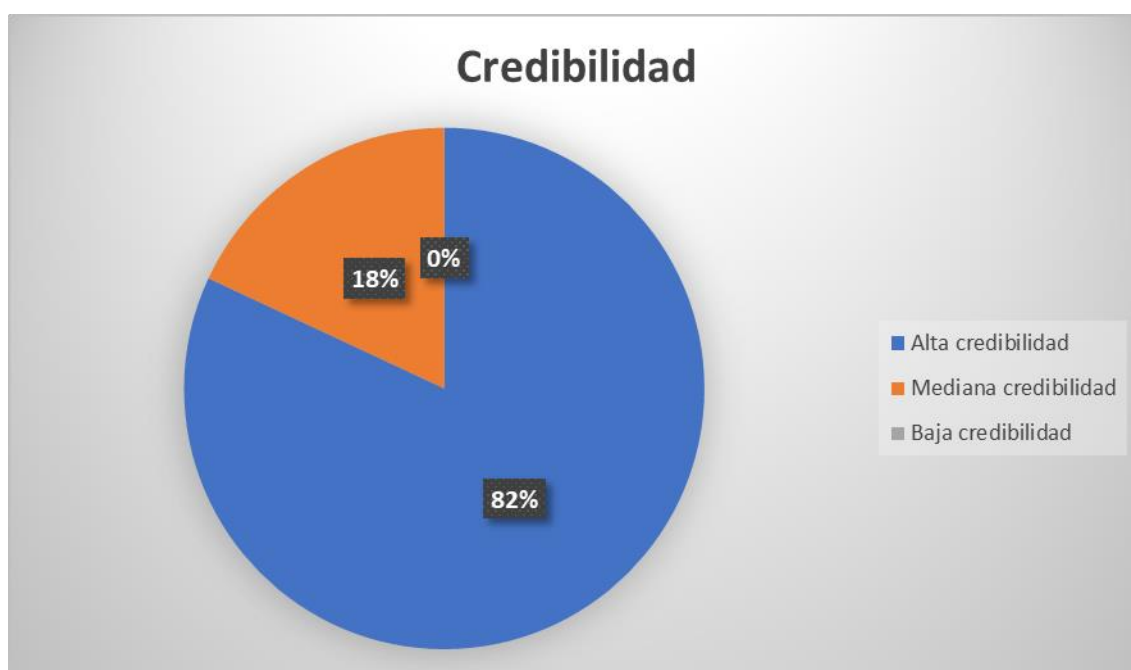
LOS PODCASTS EN LA RADIO EN INTERNET

Partiendo del medio sonoro, síncrono y fugaz el desarrollo de la radio por Internet ha permitido una individualización de la oferta y un consumo personalizado derivado de sus múltiples posibilidades para la selección, archivo y reproducción de los contenidos según Videla y Piñeiro-Otero (2017); y para esto llegó el podcast que es un audio o vídeo que se graba y edita digitalmente, se descarga automáticamente y de forma periódica por suscripción, donde el usuario tiene pleno control para elegir los detalles de la escucha o visualización. Mientras que en la radio tradicional hay un límite para las notas o programas de cada emisión, en el podcast la duración de cada episodio puede variar dependiendo su público objetivo, la información y la periodicidad de su publicación. Los encuestados señalaron en un 67% que los podcasts fueron excelentes, el 26% muy buenos y el 7% buenos.

CREDIBILIDAD DE LOS CONTENIDOS COMPARTIDOS SOBRE EL COVID 19 POR RADIO SAN MATEO DIGITAL EN EL PERÍODO DE MARZO A AGOSTO DEL 2020

La investigación de Yépez (2019) señala que la necesidad de información inmediata y actualizada ha originado que disminuya el tiempo de elaboración y contrastación de las noticias y, con ello, la investigación y verificación que requiere la información de calidad y sin errores no se da, especialmente cuando proliferan los rumores no contrastados en el espacio público, como fue el tiempo de pandemia. En este contexto el 82% de los encuestados opinaron que la radio objeto de estudio goza de alta credibilidad y un 18% aún considera que las publicaciones realizadas en el primer semestre de la pandemia fueron medianamente creíbles, porcentajes observamos en el gráfico 2.

Gráfico #2: Credibilidad de radio San Mateo digital en el primer semestre de la pandemia



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autor

Respecto a las publicaciones efectuadas por radio San Mateo digital con la finalidad de prevenir, enfrentar y combatir el Covid 19 en el período de marzo a agosto del 2020, el 67% opinaron que en muchas ocasiones si fueron un aporte positivo para su vida, el 29% opinó que algunas veces se sintieron influenciados positivamente por las publicaciones y un 4% consideró que pocas

veces tuvieron este aporte para su vida, lo que pone de manifiesto la influencia que puede tener la radio por internet en momentos difíciles.

TIPOS DE CONTENIDOS PUBLICADOS POR RADIO SAN MATEO DIGITAL

Los tipos de contenidos publicados por Radio San Mateo digital en el período de marzo a agosto del 2020 con los que se identificaba la audiencia de acuerdo con lo que estaba viviendo en ese momento de la pandemia y que por consiguiente impactaron su vida, tienen relación con la prevención del Covid 19, temas sobre cómo emprender un negocio en línea y de apoyo para los que ya lo tenían, la ayuda social por parte de la radio al publicar todo tipo de necesidades de la audiencia y su posible solución, así como mantenerse saludable con alimentación adecuada.

Tabla 1 Temas de preferencias de la audiencia de radio San Mateo digital en el primer semestre de la pandemia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Prevención Covid-19	25	35%
Salud alimentaria	12	17%
Ayuda social	17	23%
Finanzas/Emprendimientos	18	25%
TOTAL	72	100%

Fuente: Encuesta

COMPAÑÍA EN TIEMPO DE CRISIS

Uno de los potenciales más importantes de la radio en internet es su capacidad para acompañar a las personas y el sentimiento de cercanía que sienten hacia el medio. La característica que muchos oyentes destacan en esta crisis es que la radio en internet se consume sobre todo en la sala, el dormitorio y la cocina mientras se limpia o cocina (Roderó, 2020).

Al consultar a los encuestados su criterio sobre la radio San Mateo digital como un medio de compañía; el 35% señaló que muchas veces este medio de comunicación digital fue su única compañía, el 23% opinó que en ciertas ocasiones y un 23% añadió que pocas veces sintió esta cercanía.

A su vez el 68% respondió que comentar las publicaciones realizadas por la radio en la mayoría de las ocasiones le permitió expresar como se sentía en este momento de la pandemia. Un 22 % indicó que en ciertas ocasiones pudo hacerlo y un 10% indicó que pocas veces quiso compartir.

CONCLUSIONES

El artículo pone de manifiesto la importancia de radio San Mateo digital en tiempos de pandemia, con los datos obtenidos se concluye que en los momentos críticos y difíciles para la audiencia los medios de comunicación puede ser canales de información y además compañía.

Las principales estrategias utilizadas por Radio San Mateo digital tienen relación con la elaboración de contenidos adaptados al tiempo que se estaba viviendo a través de la creación de los podcasts, contenidos en relación con la prevención y enfrentamiento del Covid 19 y temas sobre como afrontar esta terrible situación. Cabe resaltar que la desinformación y las noticias falsas también han estado muy presentes la pandemia con la finalidad de disminuir el efecto letal del virus o no compartir a tiempo las medidas sanitarias recomendadas por la OMS y la comunidad científica, sin embargo, la ética de radio San Mateo digital prevaleció al momento de crear contenidos, situación que califica a este medio de comunicación con alta credibilidad.

La radio en internet, en términos generales, es considerada como un medio de comunicación relacionado estrechamente con la familia y el hogar, de ahí que en tiempos de pandemia radio San Mateo digital obtuviera gran cantidad de seguidores, debido en gran manera a que el contenido compartido se identificaba con la situación que estaba experimentando la audiencia.

La cobertura de la radio en internet juega un papel fundamental para convertir este medio de comunicación es un medio con alta accesibilidad, y radio San Mateo digital lo corrobora a través de los resultados obtenidos, los cuales muestran que la radio cuenta con usuarios locales, fuera de la provincia, incluso fuera del país, que las franjas horarias de acceso a la radio no son fijas y que son varios los dispositivos para acceder por parte de los usuarios.

El impacto de la radio San Mateo digital es elevado y se manifiesta en los comentarios realizados por la audiencia al considerar este medio de comunicación de influencia positiva para sus vidas, que no es otra cosa que el resultado de aplicar estrategias eficaces para expandir y asegurar el uso de plataformas digitales positivamente a pesar la brecha digital existente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Assardo, L. (21 de 07 de 2018). *Revista digital comunicación sincrónica y asincrónica*. Obtenido de <https://www.yumpu.com/es/document/read/65630592/revista-digital-comunicacion-sincronica-y-asincronica>
- Barrios, J. (2017). La influencia de los medios sociales digitales en el consumo. La función prescriptiva de los medios sociales en la decisión de compra de bebidas refrescante en España . Madrid: Tesis Doctoral de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.
- Bernácer, J. (16 de Mayo de 2020). *The Conversation*. Obtenido de <https://theconversation.com/los-efectos-de-la-pandemia-en-nuestros-habitos-y-creencias-138482>
- Cebrian, M. (2018 p.27). *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Editorial Gediasa.
- Galarza, V., y Romero, S. (2018). La Radio Comunitaria en internet, un análisis del uso de herramientas visuales en Facebook . *Researchgate*, file:///C:/Users/CompuStore/Downloads/ARTCULOCISTI-V.GALARZAS.ROMERO.pdf.

- González, J. (2010). La ciberradio. Nueva alternativa de futuro para la radio. *Revista de Estudios de Juventud*, 88-112.
- Grillo, O. (2019). Tecnologías digitales: miradas críticas de la apropiación en América Latina . Buenos Aires: RIAT.
- Jijón, J. (29 de Marzo de 2020). *questionpro.com*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/estrategias-de-comunicacion-digital/>
- Maram, L. (20 de julio de 2021). *luismaram.com*. Obtenido de <https://www.luismaram.com/estrategia-de-comunicacion-digital/>
- Martinez-Costa, M. (2017). La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma. *Intercom - RBCC*, 109-128.
- Rodero, E. (2020). La radio: el medio que mejor se comporta en la crisis. Hábitos de escucha, consumo y percepción de los oyentes de la radio durante el confinamiento por el covid 19. *El profesional de la información*, 123-130.
- Videla, J., y Piñeiro, T. (2017). La radio online y offline desde la perspectiva de sus oyentes-usuarios. *Investigaciones y documentos*, 129-153.
- Villegas, M. (23 de febrero de 2021). *cicerocomunicación.es*. Obtenido de <https://www.cicerocomunicacion.es/como-definir-los-objetivos-de-tu-estrategia-de-comunicacion/>
- Yépez, C. C. (2019). Entornos digitales y credibilidad de los medios en época de la posverdad . *UIDE* , 134-144.