

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Procedimientos para realizar casting (audiciones) en una radio musical.

Trabajo de tesis presentado por

Jorge Roberto López Santos

Previo a optar al título de

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González

Guatemala, agosto de 2018

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

M. Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Representantes Estudiantiles

Anaité Machuca

Mario Barrientos

Representante Egresado

M.A. Johnny Michael González Batres

Secretario

M. Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Tribunal Examinador

Dra. Aracelly Krisanda Mérida Gonzáles, Presidenta

M.A. José María Torres Carrera, Revisor

M.A. Rony Edilí Zúñiga Najarro, Revisor

M.A. Rosa Idalia Aldana Salguero, Examinadora

Lic. César Augusto Paiz Fernández, Examinador

Licda. Miriam Isabel Yucuté Muralles, Suplente



Guatemala 24 de mayo de 2017
Dictamen aprobación 070-17
Comisión de Tesis

Estudiante
Jorge Roberto Lopez Santos
Registro Académico 201216856
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Coordinación de Tesis en el inciso 1.21 del punto 1 del acta 004-2017 de sesión celebrada el 23 de mayo de 2017 que literalmente dice:

1.21 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante: JORGE ROBERTO LOPEZ SANTOS, registro académico: 201216856, proyecto de tesis: PROCEDIMIENTOS PARA REALIZAR CASTING (AUDICIONES) EN UNA RADIO MUSICAL. B) Nombrar como asesor(a) a: Dra. Aracelly Krisanda Mérida González.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis





Guatemala, 22 de marzo de 2018
Comité Revisor/ NR
CT-Akmg 015-2018

Estudiante
Jorge Roberto López Santos
Carné 2137 39488 0101
Registro Académico 201216856
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que la Dirección de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y esta comisión nombraron al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: *"PROCEDIMIENTOS PARA REALIZAR CASTING (AUDICIONES) EN UNA RADIO MUSICAL"*.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González	presidente(a)
M.A. José María Torres Carrera	revisor (a)
M.A. Rony Edilí Zúñiga Najarro	revisor (a)

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC



Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Guatemala, 24 de mayo del 2018.

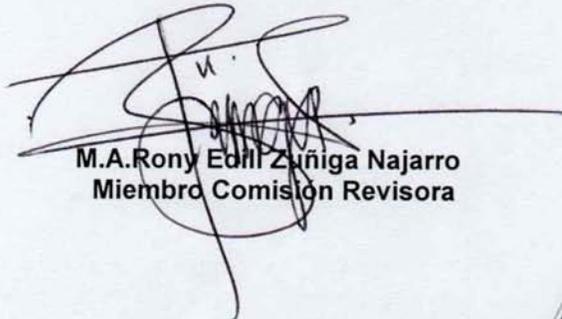
Autorización informe final de tesis por Terna Revisora

Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel
Ciudad Universitaria, zona 12.

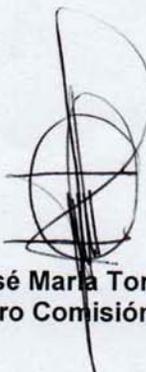
Atentamente informamos a ustedes que el estudiante Jorge Roberto López Santos, con registro académico 201216856 y carné , 2137 39488 0101, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su Tesis, cuyo título es: **"PROCEDIMIENTOS PARA REALIZAR CASTING (AUDICIONES) EN UNA RADIO MUSICAL"**.

En virtud de lo anterior, se emite **DICTAMEN FAVORABLE** a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

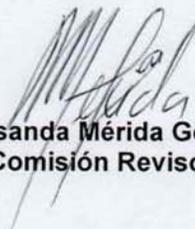
"Id y enseñad a todos"



M.A. Rony Edil Zuñiga Najarro
Miembro Comisión Revisora



M.A. José María Torres Carrera
Miembro Comisión Revisora



Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Presidente Comisión Revisora

c.c. archivo



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

086-17



Guatemala, 02 de julio de 2018
Tribunal Examinador de Tesis
CT-Akmg-No.048-18

Estudiante

Jorge Roberto López Santos
Carné 2137 39488 0101
Registro Académico 201216856
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: "PROCEDIMIENTOS PARA REALIZAR CASTING (AUDICIONES) EN UNA RADIO MUSICAL", siendo ellos:

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González	presidente(a)
M.A. José María Torres Carrera	revisor (a)
M.A. Rony Edilí Zúñiga Najarro	revisor (a)
M.A. Rosa Idalia Aldana Salguero	examinador(a)
Lic. César Augusto Paiz Fernández	examinador(a)
Licda. Miriam Isabel Yucuté Muralles	suplente

Cuando Secretaría nos indique la fecha de su examen privado se la estaremos confirmando vía correo electrónico, por lo que solicitamos este pendiente del mismo.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García,
Director ECC



Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



c.c: Comité Examinador
Archivo/expediente
AM/SVMG/AJL

"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

086-17

Guatemala 30 de julio de 2018
Orden de impresión
CT-Akmg- No. 039-18

Licenciado (a)
Jorge Roberto López Santos
Carné 2137 39488 0101
Registro Académico 201216856
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado (a) Licenciado (a)

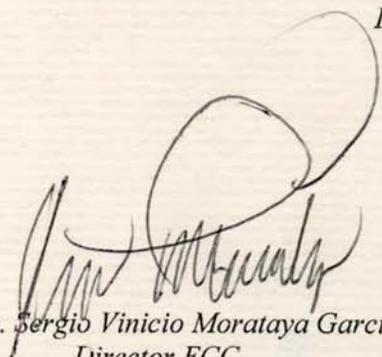
Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título: "PROCEDIMIENTOS PARA REALIZAR CASTING (AUDICIONES) EN UNA RADIO MUSICAL", se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

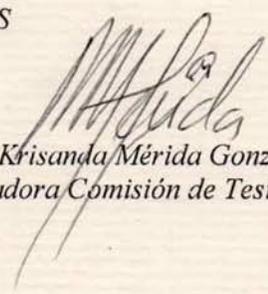
Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC




Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



Para efectos legales únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo

DEDICATORIA

A mi madre Claudia Santos: por siempre brindarme su amor y apoyo incondicional en todos los aspectos de mi vida. Por ser un ejemplo de lucha y perseverancia y demostrar fortaleza en momentos difíciles. Madre hermosa bendigo tu vida y este logro es por y para ti, te amo infinitamente.

AGRADECIMIENTOS

A Dios: por nunca abandonarme en los momentos más difíciles y brindarme la sabiduría y capacidad para lograr esta meta tan anhelada.

A mi padre Jorge Moran: por su esfuerzo y sacrificio al educarme, por haberme enseñado a ser un hombre de bien y responsable con sus valores y disciplina. Esta meta cumplida también es para usted padre.

A mis hermanos: por su cariño y apoyo en todo momento. En especial a mi hermana Claudia por siempre brindarme su comprensión y amor para poder superarme en el aspecto personal y emocional.

A mis amigos: Carmina Siebenhor, Denis Aguilar, Lidia Cruz, Guillermo Porón y Mariam Escobar por sus palabras de aliento en momentos difíciles y motivarme para salir adelante. Con especial Cariño a Gabriel Archila por ayudarme e inspirarme a ser mejor persona.

A mi asesora Dra. Aracelly Mérida: por su dedicación y apoyo para impulsarme a realizar esta investigación. Por compartir su conocimiento ya que sin este no hubiera sido posible cerrar este círculo profesional. Dios la bendiga con muchos años más de vida y seguir siendo una persona de admiración e inspiración para muchas personas.

A mi tío Erwin López y tia Yolanda López: por ayudarme de manera desinteresada en mi formación profesional. Se les tiene un especial cariño.

A todas las personas que colaboraron con esta investigación: por haberme brindado su tiempo y responder de manera desinteresada a las interrogantes que sirvieron para la realización de esta investigación.

ÍNDICE

	Página
Resumen	i
Capítulo 1	
1. Anotaciones preliminares	01
1.1 Introducción	01
1.2 Título del tema	02
1.3 Antecedentes	02
1.4 Justificación	03
1.5 Descripción y delimitación del tema	04
1.6 Objetivos	04
1.6.1 Objetivo general	04
1.6.2 Objetivos específicos	04
Capítulo 2	
2. Fundamentación teórica	05
2.1 Teoría de la Motivación	05
2.2 La radio como medio de Comunicación	06
2.2.1 Funciones de la Radio	07
2.3 El Locutor	08
2.3.1 Características del locutor	09
2.3.2 Tipos de Locutores	10
2.4 Voz	16
2.5 Radio con Formato Musical	17
2.5.1 Música	18
2.5.2 Elementos fundamentales del Formato Musical	18

Capítulo 3

3. Casting (Audición)	20
3.1 Definición	20
3.2 Breve historia de las audiciones en Guatemala	20
3.3 Tipos de Audiciones	22
3.3.1 Casting por Internet / Demo de Locución	22
3.3.2 Características para la creación del Demo de Locución	23
3.3.3 Casting presencial	25
3.3.4 Características del locutor en un casting presencial	26
3.4 Pasos de cómo realizan los castings en las corporaciones de radio	28
3.5 Imagen y Presentación del Locutor en un Casting	32
3.6 Aspectos básicos para realizar casting en radio musical	34

Capítulo 4

4. Opinión del autor de la monografía, reclutadores, locutores profesionales, catedráticos de locución y aspirantes en relación con las audiciones en radios musicales	37
4.1 Experiencia del autor	37
4.1.1 Pasos previos antes de acudir a un casting en radio musical	37
4.1.2 La imagen y presentación del locutor	38
4.1.3 Puntualidad	39
4.1.4 Cuidado de la voz previo a realizar Casting	39
4.1.5 Qué hacer cuando se acude a la convocatoria de un Casting	39
4.1.6 Actitud previa y durante el Casting	40
4.2 Opinión de reclutadores, locutores profesionales y catedráticos de locución en relación con las audiciones en radios musicales	40
4.3 Opinión de los Aspirantes	45

Conclusiones	48
Recomendaciones	49
Referencias bibliográficas	50
E-grafías	52
Anexos	54
Anexo 1 Nombre y cargo de las personas Entrevistados	54
Anexo 2 Modelo de Entrevista de los expertos	58
Anexo 3 Modelo de Entrevista de los expertos destacados	59
Anexo Modelo de Entrevista de los aspirantes	60

Resumen

Los medios de comunicación radial se preocupan cada vez más por la calidad de su programación, contenido y por supuesto de sus locutores. Por esta razón, los aspirantes a formar parte de una estación de radio deben poseer características importantes para lograr ese objetivo, por ejemplo: naturalidad, dicción, cultura general, estilo propio, entre otros aspectos.

Los medios de comunicación, en su mayoría, realizan audiciones para seleccionar a los locutores que más se adapten con el estilo y propósito que tenga la estación de radio; por este motivo el aspirante debe investigar respecto del medio de comunicación al que desee aplicar y conocer aspectos básicos previos a presentarse a dichas convocatorias. Entre estos aspectos se puede mencionar: el conocer el estilo de música de la estación radial, slogan, frecuencia, vías de comunicación, programación e incluso nombre de los locutores que forman parte de dicha radio.

Una vez seleccionadas las voces para formar parte de una estación de radio el locutor debe saber que tienen una gran responsabilidad al momento de estar al aire; por lo que se debe cuidar la forma de emitir un mensaje a través de un medio de comunicación masivo como lo es la radio.

Los datos e información que se tomaron para realizar esta investigación fueron extraídos de vivencias propias del autor, experiencias de locutores de radios en formato musical, reclutadores de medios de comunicación radial, catedráticos, así como medios digitales sobre locución, además de documentos de apoyo para completar las ideas principales expuestas y tesis relacionadas con la radiodifusión.

CAPÍTULO 1

1. Anotaciones Preliminares

1.1 Introducción

La radio es un medio de comunicación masivo de fácil acceso y que ha permanecido vigente a lo largo del tiempo, siendo la forma de comunicar por excelencia. Existen varios tipos de formatos en cuanto a radio se refiere siendo los más comunes: las radios de contenido, que se enfocan en tratar e informar algún tema específico; radios noticiosas, que informan lo más relevante de la actualidad desde el punto de vista periodístico, también existen las radios musicales que tienen como fin acompañar y animar a la audiencia enfocándose en reproducir música según su grupo objetivo.

Los locutores que se encuentran en los medios radiales, además, tienen la tarea de informar, entretener, animar y en muchas ocasiones acompañar a su audiencia. Sin embargo, para llegar a ser parte de una radio se debe estudiar, prepararse y sobresalir; asimismo de pasar por pruebas de selección como los castings (audiciones).

El locutor o locutora debe tener en cuenta algunos datos previos a realizar un proceso de selección como ejemplo: tipo de música que se transmite en ese medio radial, grupo objetivo y estilo de la radio musical. Asimismo, el aspirante deberá autoevaluarse para identificar sus ventajas y desventajas para trabajar en sus debilidades, reforzar sus fortalezas, con el fin de prepararse presentando de la mejor forma posible su casting.

El presente trabajo tuvo como objetivo el indicar a futuros comunicadores el proceso de selección para formar parte de una radio, específicamente en el formato musical, teniendo como base conceptos básicos y preparación previa a

las convocatorias de locutores lanzadas por medios de comunicación. Además, el contenido está hecho de material bibliográfico, medios digitales de comunicación, entrevistas a locutores de radios musicales, catedráticos de locución profesional, aspirantes y experiencias propias.

1.2 Título del tema

Procedimientos para realizar casting (audiciones) en una radio musical.

1.3 Antecedentes

Existen tesis en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala relacionadas con la radio, su historia, técnicas para realizar correctamente el proceso de respiración, cómo educar la voz, incluso existen algunas en relación con las experiencias de locutores. Sin embargo, no existe una información detallada sobre el proceso de preparación para realizar un casting (audiciones) en una radio de formato musical.

La preparación para presentar un casting y sobresalir en los medios radiales de comunicación es indispensable, esto lo detalla Chávez Dávila (2013: p.87), la cual concluye que: “El locutor debe conocer todas las técnicas y prepararse profesional y académicamente para tener buen respaldo ante su audiencia y, sobre todo, para ser competitivo”.

Un aporte que se relaciona con lo antes descrito es lo que explica Corado Godoy (2011:p.01): “Hoy día es necesario que el locutor se tecnifique y profesionalice académicamente para tener un respaldo ante su audiencia y mercado radial, ser competitivo, alcanzar liderazgo con proactividad. Cada día los mercados laborales locales y extranjeros son más exigentes”, esto se debe al crecimiento de estudiantes que eligen la carrera de locución generando cada vez más competencia profesional y académica.

1.4 Justificación

La presente investigación se realizó con el fin de que locutores y estudiantes de locución puedan saber los aspectos generales para prepararse y realizar castings (audiciones) en radios de formato musical; debido a que en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala se prepara a los estudiantes con técnicas para ser buenos locutores; sin embargo, no se enfocan en el proceso de selección para formar parte de los medios radiales de comunicación. Asimismo, es importante que los catedráticos de locución se orienten de manera amplia en la locución de cabina, ya que no se le da la atención necesaria teniendo en cuenta que es el campo en el cual existe mayor trabajo en cuanto a locución.

El fin primordial de esta monografía de compilación e investigación es orientar a futuros locutores a tener las herramientas necesarias para presentarse a un casting. Aunque es importante destacar que depende de la capacidad de cada persona y el perfil que esté buscando el medio radial de comunicación que desea contratar a los locutores. Sin embargo, con experiencias propias y de otros locutores se pretende que sea un documento de consulta y ayuda para quien desee acudir a audiciones convocadas por los medios de comunicación. Asimismo, se beneficiará a los estudiantes de locución de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, puesto que constituye un aporte bibliográfico para la carrera de locución profesional.

1.5 Descripción y delimitación del tema

El sitio de internet (www.rtveducacion.com) menciona que “En la mayoría de los casos, cuando la producción llama a un casting, tienen en mente la imagen y la voz de lo que requieren para su proyecto y muy probablemente, es uno de los factores que influye en que no elijan a cierto locutor. Pero, también se debe saber que una excelente casting, puede descubrir a la persona ideal, aunque no era lo que se estaban buscando de inicio”.

Esta monografía de compilación e investigación se limitó a locutores de la ciudad capital de Guatemala de grupos radiales como Alius, Central de Radios, RCN y Emisoras Unidas en formato musical, (los locutores y estaciones de radio se detallarán en los anexos). No se incluirán las de contenido, noticiosas ni deportivas. El tiempo establecido para la investigación y recabar datos, información y experiencias fue de marzo de 2017 a enero de 2018.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Describir los aspectos generales que se necesitan para realizar un casting (audiciones) para una radio musical.

1.6.2 Objetivos específicos

- Establecer los aspectos previos a considerar para realizar un casting en una radio musical.
- Sugerir las herramientas adecuadas para un proceso de audiciones.
- Explicar los procesos para realizar un casting (audiciones) en radio musical.

CAPÍTULO 2

2. Fundamentación Teórica

2.1 Teoría de la Motivación

La Real Academia Española de la Lengua (www.del.rae.es) define la palabra motivación como “Conjunto de factores internos o externos que determinan en parte las acciones de una persona”. Entre los factores que motivan, conducen y sustentan la conducta humana está la Motivación.

Jiménez Jover (www.gestiopolis.com) explica que “inicialmente la motivación estudió un modelo correcto y único para motivar al individuo. Los enfoques contemporáneos reflejan que la motivación surge de la acción recíproca entre el individuo y los factores del entorno”.

“El ser humano se mueve en función de las necesidades que tiene que satisfacer. Estas son siempre crecientes y a menudo parcialmente satisfechas. Un mismo objeto puede satisfacer distintos tipos de necesidades y una necesidad puede ser satisfecha por distintos objetos. Es decir, la motivación es una fuerza interna desarrollada en el hombre a partir de determinados impulsos externos que le permiten una acción favorable al cumplimiento de objetivos y metas. El hombre, por tanto, no se motiva sólo y para lograr su eficiente rendimiento unido a su satisfacción personal, hay que motivarlo”, Jiménez Jover (www.gestiopolis.com).

Por otra parte de acuerdo con Robbins (2004:155) define la motivación como “los procesos que dan cuenta de la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo para conseguir una meta”.

La teoría de la motivación se considera importante para esta monografía de compilación e investigación, ya que el aspirante a locutor para una radio musical debe estar motivado al momento de presentarse a un casting.

Y en el caso de los reclutadores motivan a los aspirantes a que participen, porque necesitan todo tipo de voces y buscan perfiles específicos para el puesto de locutor o locutora. También buscan voces agradables y con entonaciones que se adapten a las temáticas.

2.2 La radio como medio de comunicación

La radiodifusión es definida por la Real Academia Española de la Lengua (www.del.rae.es) como una “transmisión pública de programas sonoros a través de las ondas hertzianas”. La radio, a través del tiempo, ha permanecido como uno de los medios de comunicación más importante cuyo objetivo es informar, entretener y acompañar a la audiencia. Este medio de comunicación masivo es versátil y accesible lo que hace que sea poderoso y con mayor audiencia que la televisión o medios impresos; asimismo, la radio puede transmitir los mensajes de manera eficaz por las características antes mencionadas.

La radio en Guatemala ha evolucionado a través del tiempo convirtiéndola en un medio de comunicación masiva con la mayor cobertura a nivel nacional, esto por su fácil acceso y por el apoyo de radios comunitarias. La información que se transmite muchas veces exige la total atención del receptor por lo que el mensaje es inmediato e irreversible; asimismo, la radio se convierte en un medio ideal para transmitir información de actualidad.

“La radio es un medio tan importante, que la mayoría de la gente no nota que está ahí siempre, formando parte de su vida” Domínguez Goya (2012: p.51).

2.2.1 Funciones de la Radio

Como medio de comunicación la radio juega un papel importante dentro de la sociedad y posee un orden de prioridades, con respecto a sus funciones la Universidad Católica de Eichstaett-Ingolstadt (2010: p.08) cita las siguientes:

- **“Información:** La radio es fundamentalmente informativa en todos sus aspectos. Esto incluye la libertad de emitirla y recibirla. Libertad de expresión y derecho a la información. Pero la radio juega un papel informativo fundamental en las sociedades no desarrolladas: por su capacidad de comunicarse con un público que no necesita formación específica para descodificar el mensaje que se transmite (un hecho que tiene especial importancia con públicos que no saben leer), pero también para todos aquellos oyentes que no tienen tiempo de leer.

La radio permite contenidos que aprueban el conocimiento y el análisis de asuntos que son de interés público. Refleja además la diversidad de los distintos sectores de la sociedad, admitiendo de este modo una pluralidad informativa.

- **Educación y cultura:** Se considera que la radio en su papel de informar, también educa. Así, informa y proporciona todos los elementos necesarios que requiere una sociedad para hacer más fácil la vida dentro de ésta, de tal manera que esta forma se contribuye a mejorar la comunicación y el conocimiento de los individuos dentro de la sociedad. La radio juega un papel muy importante en campañas de alfabetización en muchos países latinoamericanos a través de programas educativos. Atiende por tanto, las necesidades culturales y educacionales que reclama la sociedad”.

- **“Movilización social:** En ocasiones la radio tiene la función de promover la cultura democrática a través de la participación ciudadana.
- **Entretenimiento:** La radio al igual que otros medios de comunicación tiene un papel al servir de entretenimiento y diversión.
- **Publicidad:** Tanto publicidad comercial como autopromoción” (Universidad Católica de Eichstaett-Ingolstadt, (2010: p.09).

2.3 El Locutor

El término locutor, según La Real Academia Española de la Lengua (www.del.rae.es) es “La persona que tiene por oficio hablar por radio o televisión para dar noticias, presentar programas, etc.” Sin embargo, se sabe que las funciones de esta profesión van más allá del hecho de hablar, ya que el locutor o locutora se dedica a presentar situaciones, publicidad, eventos, narrar, acompañar a la audiencia e incluso presentar espectáculos públicos en vivo.

La profesionalización en el campo de la locución es una carrera oficializada en muchos países, aunque como también sucede con muchos otros aspectos del mundo del espectáculo hay muchas personas que la ejercen sin tener el título o sin estar del todo preparadas. Si bien puede parecer una actividad simple, la tarea del locutor requiere mucha preparación y dedicación, especialmente en lo que respecta al manejo de la voz, tiempos, silencios y sonidos.

Es común encontrar locutores en televisión, en radio y en muchos eventos públicos en los cuales los presentadores son también locutores. Una de las características más notables de un locutor es el uso de un registro de voz muy particular, con excelente dicción, tonos graves y mucha facilidad para remarcar, acentuar o hacer llamativas cada palabra de un modo diferente. Es común que los locutores ocupen sin embargo un rol secundario en muchos programas ya que no se los suele ver y permanecen ocultos o fuera de cámara.

El sitio de internet Definición ABC (<http://www.definicionabc.com>) expone que “Cada locutor o locutora maneja un registro particular de voz y de su modo de expresarse, por este motivo es fácil distinguir a cada uno luego de un tiempo de escucharlos. Los locutores son muy importantes en lo que respecta a la presentación de los programas, de los eventos, como también a cuestiones como publicidades, fenómenos para los cuales suelen ser llamados por poseer mucha más capacidad para llamar la atención del público. Los locutores además pueden tener la tarea de tener que traducir en vivo desde un lenguaje al otro y hacer que se comuniquen las mismas ideas”.

Teniendo en cuenta que se requiere estudios específicos para desarrollarse como locutor o locutora, también se debe considerar que cuando se habla de locución, se refiere exactamente a tener una voz agradable al oído humano o potente, sino de hablar bien, de tener un tono agradable y saber expresar con claridad las ideas o mensajes que se quieren transmitir; al mismo tiempo, de comunicar dichas ideas y mensajes con seguridad y tranquilidad.

2.3.1 Características de un locutor

Un buen locutor debe contar con algunas características para desarrollarse con mayor efectividad; el sitio web Audio Marketing (<http://audiomarketing.com.mx>), puntualiza las siguientes:

- Dejará su ego a un lado para interpretar la voz que requiera la marca. Cuando se graba en estudio, el locutor debe regirse, con debido respeto, a lo que le solicite el productor o grabador.
- Transmitirá palabras, pero también emociones; las palabras comunican, las emociones conectan y venden. Respetar los lineamientos que le indiquen para la grabación.

- Grabará las veces que sean necesarias hasta que él mismo esté convencido de que el mensaje y la intención de la voz son los adecuados. Si pasa mucho tiempo y no se logra la intención deseada, se debe dar un receso y luego seguir hasta alcanzar el objetivo y quedar completamente satisfecho con el trabajo grabado.
- Sabrá reconocer, con humildad, sus capacidades y limitaciones, sin caer en egocentrismos y demostrar siempre que no es un sábelo todo.
- Tendrá la capacidad de retirarse de un proyecto que no se adecúa a las características de su voz, sin tomar represalias con el colega que lo sustituya.

2.3.2 Tipos de locutores

En el mundo de la locución, una de las preguntas más recurrentes es ¿Cuántos tipos de locutores existen? El sitio de internet Audio marketing (<http://audiomarketing.com.mx>) expone que “Hasta hace unos años, se creía que los locutores eran polifacéticos, pero como en muchos otros ámbitos, es importante resaltar que cada uno suele tener una especialidad, según el tipo de voz con el que cuenta y las posibilidades de intención y entonación que más se le facilitan”. Además, agrega que: “En casi todos los tipos de locución la mujer ha adquirido una importancia notable, pues el matiz de la voz femenina se ha vuelto imprescindible”.

Como se mencionó con anterioridad existen muchos tipos de especialización para los “profesionales del micrófono”, sin embargo, por el tema a tratar en esta monografía, interesa conocer los tipos de locutores que intervienen en una radio de formato musical. Escalante (1986: p.199), menciona algunos tipos de locutores:

- **El Locutor de Cabina**

“Casi todos los locutores comienzan por allí, por la cabina. El locutorio de una radio es el punto de partida más recomendable para los locutores. Comienzan a saborear las varias alternativas y responsabilidades de su turno. Ahí inician a querer y respetar su profesión. Se familiarizan con el micrófono, con los instrumentos adicionales de cabina y con el operador.

El locutor de cabina identifica la emisora, ofrece avances especiales, anuncia discos, lee noticias urgentes, eventualmente hace entrevistas, presenta artistas, coordina transmisiones en remoto; realiza diálogos telefónicos, hace de maestro de ceremonias, da la hora, indica la temperatura, presenta los programas y hasta hace comentarios.

Esta es una verdadera escuela de locución en donde el locutor principiante descubre y fortalece sus inclinaciones para una futura especialización. De esta suerte de prueba vocacional -cabina- han surgido casi todos los locutores. Es más, en muchas emisoras se aplica la modalidad locutor operador, en la que la misma persona hace de locutor y de control de sonidos. En verdad esta es una gran experiencia, pero, en atención a las características y responsabilidades cada vez mayores del locutor y de operador, es conveniente que exista una persona para cada función. Sin embargo, algunos programadores consideran que el locutor operador se desenvuelve de mejor manera, más libremente para coordinar los diversos recursos sonoros. Esto podríamos considerarlo acertado en ciertos programas; pero no en todos” Escalante (1986: p.199).

- **El Locutor Comercial.**

“Hasta hace pocos años, el anunciador de comerciales, más conocido como locutor comercial, se caracterizaba por una expresión viva, dinámica, por lo general, con voz grave y bien timbrada”.

“Hoy nos encontramos con otras fórmulas de locución comercial. Aunque todavía se grita en ciertas emisoras, hemos de convenir en que no es el grito la mejor manera de dar vida e interés, dinamismo y emoción a los mensajes.

Ahora se estructura de mejor manera ese mensaje comercial, sobre todo se lo expresa en otro estilo: más directo, sugerente y argumentado. Sin imprescindible necesidad de una excelente voz, el locutor comercial fundamentalmente debe conquistar dos metas: credibilidad y persuasión.

De aquí que a algunos locutores comerciales les anuncian como <<la voz que vende>>. Diríamos mejor: La voz que convence. En sí misma no es la voz la que persuade, es la manera con la que anuncia algún producto o servicio, la claridad es el argumento sonoro. El anunciador de cuñas comerciales debe expresarse con claridad total, poniendo énfasis en las palabras o frases que señalan las cualidades o características ventajosas del producto o del servicio que anuncia” Escalante (1986: p.202)

- **El Locutor Disc jockey**

“Suele llamarse así al anunciador de discos en la radio. Su tarea fundamental es la de conducir un programa musical informando a los oyentes los detalles que rodean a las grabaciones difundidas. Podríamos decir que su estilo está de acuerdo con el tipo de música que presenta. Pero, hay valores comunes que no pueden escapar a los anunciadores, por ejemplo, la seguridad en sus expresiones y la naturalidad que invita a escuchar la música; la emoción de promocionar a un cantante o la cordialidad para llevar al oyente al mundo de la música grabada. Evidentemente, el lanza-discos hace opinión”.

“Por eso mismo, debe ser honesto en sus apreciaciones (si conoce de la materia) porque en sus criterios se juega su imagen de seriedad. No debe venderse al interés de las fábricas de discos, sino ser un comentarista sincero con su público y con la música. No puede ser simplemente un muele-discos.”

“Para eso debe tener una riqueza de recursos que lo hagan veraz, ameno y sustancioso en su conducción. Para ello, es necesario que conozca de música, músicos, cantantes, farándula, intérpretes y compositores de la industria fonográfica, así también como la del espectáculo. Este tipo de locutor debe dominar el conocimiento de ese singular mundo de la música para que pueda enriquecer su locución siempre informándole al oyente, dándole noticias de la música, orientándolo, además de educarlo permanentemente” Escalante (1986: p.203).

- **El Locutor Animador**

“Es el encargado de conducir un programa espectacular cuidando la organización, el desarrollo y el equilibrio del mismo; viviéndolo intensamente de principio a fin. Si tiene público presente, su misión es doble: no cansar a los que le ven y no cansar a los que le oyen.

El animador debe revestirse de un don, de un carisma especial que le permita contagiar su ánimo y estimular al público y a los artistas. Tiene que conquistar la simpatía del público para no caer en el ridículo. Un animador, además, requiere de un amplio conocimiento del lenguaje para no caer en redundancias; de un amplio léxico y de una agilidad mental extraordinaria para controlar las situaciones segundo a segundo, inclusive logrando acertadas improvisaciones en momentos difíciles.

Se le exige muchos recursos dramáticos, artísticos y hasta cómicos para cumplir su misión a cabalidad. Tendrá una gran sicología de masas para meterse al bolsillo a su público, presente o radioescucha.

Conociendo al público utilizará el lenguaje apropiado para cada ocasión. No exagerará elogios; los presentes y los oyentes son los jueces de última instancia. Tenga listo el material de relleno indispensable y esté prevenido para cualquier emergencia” Escalante (1986: p.204).

- **Locutor Entrevistador**

“Debe ser un periodista muy ágil. El entrevistador podrá especializarse, posteriormente, en una de las áreas económica, social, política, artística, científica, deportiva, etc.

En cualquier caso, toda entrevista requiere de cuidados y condiciones que aquí apuntamos:

- Conozca lo más que pueda sobre el entrevistado y el tema de la entrevista.
- Jamás tenga recelo o temor del personaje entrevistado.
- Dé confianza a la persona que entrevista (generalmente está nervioso).
- Elabore un cuestionario concreto y ordenado.
- Tenga listas posibles repreguntas.
- Sea claro y directo en las preguntas.
- De animación al diálogo, sin dejar que monopolicen la palabra.

Los cinco errores más frecuentes de los entrevistadores son:

- Asustarse ante la importancia del personaje entrevistado.
- Preguntar trivialidades.
- Contestar él mismo o hablar más que el entrevistado.
- Tratar de aparecer como sabio del tema.
- Elogiar o calificar las respuestas.

Con mucha práctica y autocrítica reflexiva se va superando cada uno de los errores. Nunca tenga miedo de comenzar y tropezar o equivocarse las primeras veces. Las equivocaciones son los cimientos de la superación”, Escalante (1986: p.206).

- **El Locutor Comentarista**

“El comentarista radial es el orientador del público y cumple esta función sólo cuando el oyente cree y confía en él. Lógicamente, para ser comentarista se necesita un profundo conocimiento del tema que se comenta; una expresión clara, segura, convincente y una sencillez profesional.

Los mejores comentarios no son los más largos. La estructura del comentario nos traerá una introducción, basada en un hecho concreto o expectativa real; un desarrollo que presentará diversos argumentos; y una conclusión o síntesis de opinión. Abundan los falsos comentaristas que pretenden hacer de la radio una tribuna para el ataque o el elogio gratuito. De otro lado, quien comente debe utilizar el lenguaje con propiedad y sustituir términos de difícil comprensión por otros que entienda todo el público. Además, manejará con gran solvencia ejemplos y otros recursos didácticos para su argumentación. La personalidad, ponderación e imparcialidad deben ser características permanentes del comentarista. Por último, debe tener un extraordinario poder de síntesis para decir solamente lo preciso y con entereza” Escalante (1986: p.209).

- **El Locutor – Actor**

“Generalmente se cree que los actores de teatro pueden ser también radio-actores, pero eso no es verdad. El radio-actor se caracteriza por dominar su expresión oral en el micrófono; pues, no es lo mismo elevar el nivel de voz para un escenario de teatro que hacerlo para un micrófono de cabina. Al contrario de lo que se piensa, es de la radio de donde han salido los grandes actores de teatro”.

“Lógicamente cada medio tiene sus propias herramientas y características; esto ratifica que para ser actor de radioteatro se necesita una identificación absoluta con el micrófono. La sensibilidad del micrófono requiere que el actor de radioteatro matice su voz de tal manera que el oyente se sienta cerca del

personaje. Debe tener una gran capacidad de interpretación de los personajes y una naturalidad él toda prueba.

El radio actor debe sentir su personaje con perfección, no solamente en la voz sino en las demás características de expresión y comportamiento, requiriendo para ello de profundo estudio, ductilidad anímica, extraordinaria sensibilidad y entrenamiento que le permita variar su voz (educada) para las diversas caracterizaciones” Escalante (1986: p.215).

- **El Locutor / Operador**

“Es un ahorro para el propietario de la emisora, pues realiza dos funciones simultáneamente: es locutor y es control de sonidos.

Además de las responsabilidades de locutor, maneja los tocadiscos (tornamesas o platos); las grabadoras; mueve las perillas para abrir o cerrar canales, anuncia discos, atiende la consola, transmite comerciales, está atento para pasar las grabaciones o hacer girar otro disco; informa la hora; responde las llamadas telefónicas, hasta selecciona y maneja los discos. Cuando hay responsabilidad, este es un trabajo agotador.

Esta modalidad podría ser útil solamente para determinados programas, porque el complicado trabajo radiofónico exige funciones determinadas para el locutor y para el control de sonidos” Escalante (1986: p.216).

2.4 La Voz

La Real Academia Española de la Lengua (www.del.rae.es), tiene muchas definiciones de la palabra “voz”, sin embargo, la que interesa, por el tema de la investigación, es la que se define como: “sonido producido por la vibración de las

cuerdas vocales”. Ballesteros López (2007: p46) indica que la voz se produce por el aparato fonador en el cuál intervienen dos características importantes:

- **“Timbre:** es la personalidad del sonido, es lo que diferencia las voces entre sí.
- **Tono:** es el grado de elevación de la voz. A mayor frecuencia, el sonido se hace más alto o agudo, a menor frecuencia, las voces se hacen cada vez más bajas o graves. Las voces humanas se clasifican según su tono: graves, medias y bajas; lo cual se determina por la longitud de la laringe y las cuerdas vocales” Ballesteros López (2007: p.46).

2.5 Radio con Formato Musical

El formato musical en radio es uno de los más usados para dar a conocer los mensajes según los gustos musicales de la audiencia y lograr que dichos mensajes sean percibidos con mayor facilidad y claridad. La audiencia juega un papel importante en este tipo de formatos porque permite la interacción y retroalimentación logrando una comunicación eficaz. Rodríguez (2011: p.15) detalla que “la música puede tener una función gramatical, es decir, sirve como signo de puntuación para separar un momento de otro, o dos secciones de un programa. También funciona como identificador de un segmento particular. Muchas veces, la variedad entre ritmos y estilos musicales le proporciona atracción a un programa o programación radiofónica”.

La música es mágica ya que a través de ella se puede transportar a otros lugares, dejar volar la imaginación y crear un momento totalmente diferente al que se está viviendo, además este tipo de arte puede ser emotivo y expresivo.

2.5.1 La Música

La Real Academia Española de la Lengua (www.del.rae.es) define la palabra música como: “Arte de combinar los sonidos en una secuencia temporal atendiendo a las leyes de la armonía, la melodía y el ritmo”. Con relación a este arte, la Enciclopedia Nueva temática Rezza (2000: p.1955), indica que “es fundamental ya que está presente en casi toda nuestra vida y puede apelar directamente a nuestros sentimientos, además de ser una manifestación espléndida de las facultades del hombre y guarda íntima relación con los aspectos sociales y culturales de la humanidad”.

En cuanto a la radiodifusión, la música, es un elemento fundamental en todas las producciones radiales; Moreno (1999: p.89) explica que “desde su origen, el medio radiofónico pensó en el contenido musical para realizar sus transmisiones experimentales y configurar posteriormente su programación. La radio inició una relación con la música que a lo largo del siglo XX se ha tornado cada vez más estrecha”.

2.5.2 Elementos fundamentales del Formato Musical

“El concepto de radio de formato musical se basa en dos elementos fundamentales: los contenidos que constituyen la fórmula de la emisora; y la identidad con la que se construye el relato radiofónico, es decir, los elementos principales que definen la narrativa del formato musical. Estos son: la estructura que adopta el relato radiofónico, el sonido exclusivo que caracteriza a la producción y realización de este tipo de programación, y el discurso del Disc Jockey –Dj- o conductor de la programación” Moreno (1999: p.95).

“La selección y organización de la fórmula junto con la construcción del relato radiofónico definen la programación de cada formato musical. Algunos programadores se refieren a esta actividad como un arte o como un prodigio de

intuición, en la medida en que no existan estudios cualitativos de audiencia; otros, por el contrario, prefieren hablar de una técnica cuyo ejercicio requiere un dominio de la información sobre la audiencia, el comportamiento de la competencia y, finalmente, los recursos humanos y económicos disponibles en cada caso". Moreno (1999: p.95).

CAPÍTULO 3

3. Casting (Audición)

3.1 Definición

La Real Academia de la Lengua Española (www.del.rae.es) define esta palabra como “selección de actores o de modelos publicitarios para una determinada actuación”; en Guatemala también se utiliza la palabra “audición” que según lo cita (www.del.rae.es) significa: “prueba que se hace a un cantante, a un músico, etc., para valorar sus cualidades”.

3.2 Breve historia de las audiciones en Guatemala

Este apartado se construyó con base a entrevistas a personas que trabajan en medios de comunicación con varios años de trayectoria, a libros y materiales de apoyo que aportan información importante con respecto en el tema. El detalle de los entrevistados se encuentra en anexo 1.

En Guatemala “las primeras pruebas de transmisión de Julio Caballeros (1928-1929), la señal fue únicamente musical (en vivo). Posteriormente se hicieron pruebas con la voz humana, el primero en hacerlo fue el periodista Federico Gonzáles Campo. Él se inició como maestro de ceremonias, anunciando los conjuntos musicales que se presentaban; asimismo, como reportero del periódico <<El tiempo>>, leía las noticias que aparecían impresas a través de TGA. Se puede decir entonces que Gonzáles Campo fue el primer locutor de Guatemala”, Valdizon Catalán (1988 p.06). Lo antes descrito demuestra que en los primeros años de la radiodifusión en Guatemala no fue necesario realizar audiciones porque personas activas en medios de comunicación eran contratadas para los proyectos sin necesidad de realizar dichos castings.

En el caso de Miguel Ángel Asturias, que es uno de los más reconocidos precursores de la radio en Guatemala, “cuando presentó el proyecto <<Diario del Aire>> con la colaboración de Oscar Rodríguez Rossal y Francisco Soler que iniciaron transmisiones en primero de julio de 1938”, Gonzáles Campo (1967 p.72); estos reconocidos comunicadores tampoco requirieron de audiciones ya que en esa época, estaba en evolución la radiodifusión en el país, bastaba con innovar y mostrar propuestas que ayudaran al crecimiento del nuevo medio de comunicación.

La modalidad de las audiciones para los medios radiales surgió por la necesidad de descubrir talentos que le dieran nuevas virtudes a las emisoras, según explican los especialistas entrevistados. Además, agregan que las maneras de dar a conocer las convocatorias fue similar a las que se trabajan actualmente; es decir, por medio de spot en el medio de comunicación, clasificados y publicaciones para tener mayor alcance y tener más personas de donde poder elegir. En el pasado y en la actualidad también se manejan convocatorias solamente en el círculo radial no público por lo que se reduce a personas que trabajan en las estaciones de radio.

Muchos de los locutores reconocidos en Guatemala se formaron con base al monitoreo, estilo de estaciones radiales de otros países, imitando la manera de hablar de la época, lo antes mencionado fue la tendencia en la denominada “época de oro de la radio en Guatemala” (1950-1960). Además, la modulación de los locutores en esta etapa eran de tonos bajos, no poseía la musicalización y oscilaciones tonales que necesita la voz profesional, es decir, que el modo de locución fue propio de la época, Valdizon Catalán (1988 p.07). Sin embargo, en la actualidad se buscan voces profesionales, dinámicas y con estilo propio, lo que hace que la manera de realizar audiciones haya evolucionado por la necesidad de innovar contenidos para las nuevas generaciones, sin olvidar la creciente demanda de nuevas voces no tan prodigiosas, sino más versátiles.

Cuando surge la modalidad de los castings, en épocas pasadas, más que colocar un anuncio en el que se solicitaba personal se recibía personas con experiencias en otras cadenas radiales y que estuvieran desempleadas o por recomendación de compañeros allegados a la radio. Procedía luego la realización de un demo para escuchar cuál sería su fluidez en un turno en el que se le ponían varios aspectos cómo presentar canciones como decir la hora a tocar un tema de interés realizar un concurso y un segmento comercial.

Los especialistas concluyen que la mayor diferencia entre las audiciones que se hacían en el pasado con respecto a las actuales es la forma de interpretar los castings y la calidad de los talentos, la búsqueda constante de encontrar versatilidad en el talento que sea multitasking, es decir que el locutor pueda realizar múltiples tareas con respecto a su voz. Además, agregan que en la actualidad la presencia física y la “chispa” para poder estar en un medio de comunicación toma importancia al momento de elegir a los locutores.

3.3 Tipos de Audiciones

Las audiciones en las estaciones de radio pueden realizarse de dos formas, las cuales son: casting por internet o digital y el casting presencial.

3.3.1 Casting por Internet / Demo de Locución

En la mayoría de ocasiones, para ahorrar tiempo, evitar mucha afluencia de aspirantes o simplemente no se cuenta con un espacio o tiempo para realizar castings presenciales, los medios de comunicación realizan audiciones por internet y es de mucha importancia contar con un demo de locución; ya que este será una “tarjeta de presentación” que demuestre las habilidades y aptitudes para optar a una segunda etapa de casting (presencial) o incluso formar parte del medio radial. Además, un demo de locución es la oportunidad de destacar entre otros participantes presentando tanto la marca personal como locutor, así como presentar un programa o una idea para la estación radial al que se aspira.

3.3.2 Características para la creación del Demo de Locución

Para crear un demo de locución se deben conocer algunas características las cuales se enumeran a continuación:

- **Guion**
- **Duración**
- **Contenido**
- **Tema**
- **Tiempo de preparación**
- **Práctica**
- **Calidad**
- **Relajación**
- **Presentación inicial**
- **Publicidad**
- **Noticias**
- **Temas musicales**

Para una mejor comprensión, se describen a continuación, según lo que indica el sitio (www.locutorespublicidad.wordpress.com):

- **Guion:** Realizar un guion que tenga los segundos aproximados de cada sección ayudará a que sea más fácil llevar el tiempo y organizar todo, más ordenado y al mismo tiempo el demo sea entretenido y fácil de escuchar.
- **Duración:** El demo debe durar menos de tres minutos. Incluso algunos demos de voz suelen durar entre 30 segundos y 2 minutos y 30 segundos. Para difundirlos por Internet, es mejor que el archivo del demo no pese más de 1 MB y dure un minuto aproximadamente.

- **Contenido:** Debe ser entretenido de principio a fin, no se debe bajar la intensidad, si hay alguna parte que se considera aburrida, es mejor cambiarla. Es importante recordar que el ser humano se distrae con mucha facilidad y se debe recordar que la mayoría de las personas no escucharán el demo completo, este debe atraparlos al menos en los primeros 30 segundos.
- **Tema:** Escoger un tema que se maneje muy bien o uno que le guste al aspirante para que sea más fácil hacer el guion, sea más divertido y produzca satisfacción hablar de ello, esto puede dar más fluidez al momento de expresarse.
- **Tiempo de preparación:** Tomarse un tiempo para cuidar la pronunciación de cada palabra, evitar y arreglar errores, es indispensable para que haya una mejor calidad en el demo que se presentará no olvidando la naturalidad del locutor.
- **Práctica:** Es bueno practicar mucho, para que al momento de grabarlo se cuente con mayor confianza, ya que al momento de grabarlo puede que se esté bajo los efectos de los nervios.
- **Calidad:** Hay que cuidar que el sonido sea de buena calidad, si hay mucho ruido de fondo puede costar oír la voz del aspirante lo cual perjudicará el desempeño. Utilizar un lugar tranquilo para grabar es lo más recomendable. También se puede invertir en un estudio de grabación para que la calidad sea mejor.
- **Relajación:** Se debe estar relajado para evitar los nervios y el estrés.

- **Presentación inicial:** Es necesario que en el demo de voz se incluyan datos personales como nombre completo, número telefónico o correo electrónico para que el reclutador pueda contactarse con el aspirante.
- **Publicidad:** Algunos recomiendan colocar dos publicidades, se debe tener en cuenta que cada publicidad normalmente dura de 30 a 40 segundos, y un minuto de publicidad puede quitar contenido al demo. Sin embargo, es recomendable colocar por lo menos una publicidad en el demo de locución. (www.locutorespublicidad.wordpress.com).
- **Noticias:** Es bueno que se coloquen noticias en el demo, porque casi siempre en los programas de radio se habla sobre las noticias más recientes, por lo tanto, es recomendable que se escuche el estilo de cada aspirante. Los temas que más se recomiendan tratar son: sucesos, farándula y deportes porque son los que más llaman la atención.
- **Temas musicales:** Nombrar al menos dos temas musicales en la presentación del demo es útil y si son en inglés es mejor, aunque esto depende la estación de radio al que se esté aspirando. Se recomienda que sea una canción que sea del gusto del aspirante para que al momento de decirlo surja más fluido y con más sentimiento. (www.locutorespublicidad.wordpress.com).

3.3.3 Casting Presencial

En un casting presencial los participantes deben demostrar sus habilidades para convencer a los responsables de definir el elenco o el reparto de una obra, y en este caso para formar parte de una radio, frente al director de ese medio radial, el operador de estudio e incluso en muchas ocasiones frente al gerente de dicha estación de radio. Es habitual que, en el caso de la radio, los aspirantes deban

adaptarse al medio al que quieren ingresar y tengan conocimiento de la música que se programa en esa radio.

3.3.4 Características del locutor en un casting presencial

El aspirante a locutor deberá contar con algunas características primordiales para desarrollarse de la mejor forma en un casting, sobresaliendo por su profesionalismo, habilidades y técnicas. El sitio de locución por internet Audio Expertos (www.audioexpertos.com) puntualiza algunas de estas características:

- **Dicción:** Punto básico y primordial en cualquier locutor, tiene que ver prácticamente con la manera de hablar. Se debe pronunciar correctamente cada palabra, nuestro idioma nos ayuda bastante ya que se lee tal como está escrito, no hay pierde. Además, calentar la voz ayudará a lograr una buena y notable emisión de la voz.
- **Buena lectura:** Si no se sabe leer bien no importará que se tenga una maravillosa voz. Es importante tener especial cuidado con la acentuación, no se puede ignorar las tildes ni sílabas tónicas, siempre se debe respetar las pausas, dar una buena entonación a lo que está escrito, para eso existen la puntuación y los signos de exclamación.
- **Desarrollo de intención:** El desarrollo de intención es el entendimiento de lo que el cliente o director busca y quiere transmitir en el texto que está en el guion. Algunos ejemplos de intención serían: institucional, amable, alegre, vendedor. Una vez logrando la intención correcta hay que mantenerla.
- **Matices:** El idioma español es muy rico; está formado de palabras que definen ideas o conceptos y se deben aprovechar. Para lograr matizar hay que tomar en cuenta la entonación, ritmo en la lectura, volumen,

entre otros, en conjunto se podrá resaltar o darle importancia a frases o ideas importantes, el que escucha tendrá una buena experiencia recibiendo el mensaje.

- **Disposición:** Como en muchas profesiones, el estar abierto a recibir sugerencias de mejora es clave para llegar a ser mejor. En la locución pasa siempre, no importa si se tiene mucho talento, la voz es increíble, la forma de leer cautiva o la capacidad de ofrecer diferentes tonos o voces es ilimitada, lo que al final va a destacar en el trabajo es esa disposición que se tenga para ser dirigido, para comprender, llevar acabo indicaciones, así como para aceptar errores y corregirlos.
- **Versatilidad:** Los contenidos para radio y televisión son muy variados, pueden anunciar cualquier marca, bancos, línea de transportes, supermercados, promociones, tarjetas, conciertos, etc. Este aspecto toma importancia al recalcar que un locutor debe saber cómo hacer énfasis en las palabras clave y modular su voz para dar la importancia necesaria en el momento indicado. (www.audioexpertos.com).

Además de estas características, un buen locutor también debe poseer otras cualidades que ayudarán al locutor a desarrollar sus habilidades de mejor manera. Estas son:

- **Improvisación:** La improvisación es una herramienta poderosa para un buen comunicador con el fin de impactar a públicos específicos. La improvisación no se improvisa, se debe conocer y dominar el contenido para organizar el discurso, o la improvisación propiamente dicha. Saber cuál es el énfasis al desarrollar las ideas, conocer significado de los términos, todas estas son habilidades expresivas que requiere desarrollar el locutor, periodista, profesional de la radio y la televisión (www.vocesconsultores.com).

- **Desarrollar estilo propio:** Los seres humanos son únicos e irrepetibles. Por lo que la mejor forma de desarrollar un estilo propio es siendo uno mismo. Al permitirse ser “diferente”, el locutor profesional logra establecer una conexión con su audiencia. La autenticidad de su carácter es su marca personal (www.voxlocutores.com).

3.4 Pasos de cómo realizan los castings en las corporaciones de radio

Algunos pasos que los reclutadores de los medios radiales de comunicación toman en cuenta al momento de realizar los castings son:

- **Primer paso: Convocatoria**

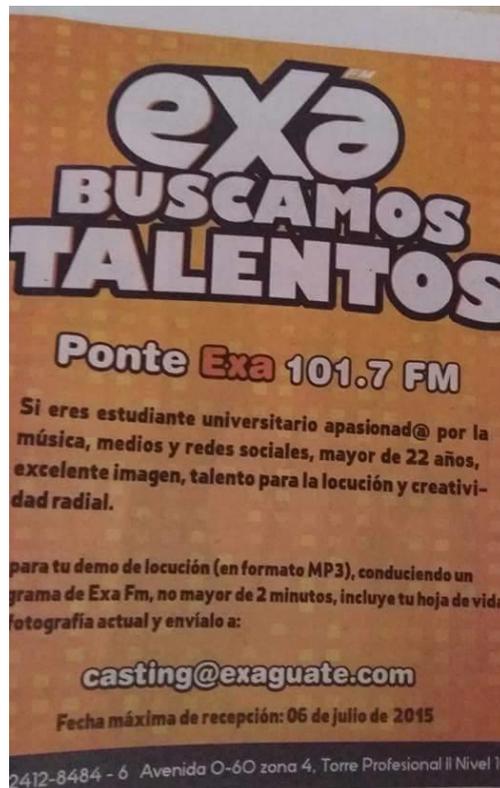
En la ciudad de Guatemala, las radios realizan las convocatorias en redes sociales, por medio de la misma estación de radio, por televisión e incluso por medios escritos; como se ejemplifican algunos casos a continuación:



Convocatoria publicada en redes sociales (Facebook y Twitter) para casting en radio Alfa 97.3 FM. Publicada en septiembre de 2016.



Convocatoria publicada en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) para casting en radio Sónica 106.9 FM. Publicada en enero de 2017.



Convocatoria publicada en periódico (Nuestro Diario) para casting en radio Exa Fm Guatemala 101.7 FM. Publicada en junio de 2015.



Convocatoria publicada en redes sociales (Facebook) para casting en radio La Marca 94.1 FM. Publicada en agosto de 2017.



Convocatorias publicadas en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) para radio La Mega 107.7 Fm. Casting para “staff” (izquierda) publicada en enero de 2015. Casting para el proyecto “Mega Voz 3.0” (derecha) publicada en octubre de 2016.



Convocatoria publicada en redes sociales (Facebook) para casting en Radio Grupo Alius. Publicada en julio de 2017.

Los reclutadores determinan dónde se va a realizar el casting y establecen el tiempo de duración del mismo. Se pueden realizar castings en línea, en los cuales los aspirantes envían un demo.

- **Segundo paso: Labor de los reclutadores durante el casting**

En relación a la labor de los reclutadores el sitio web (www.locucion-audiovisual.blogspot.com) expresa que “cuando se cita a un casting es porque quien lo convoca está buscando un talento que se acerque más a la necesidad de la producción; para tal fin, el locutor que ha sido convocado debe tener un rango que se aproxime a esa necesidad. Por esta razón, es necesario indicarle al postulante qué se desea que lea y cómo lo lea, diferentes párrafos para conocer cómo hace la locución si se adapta a textos que requieran emotividad o a una línea más seria o informativa”.

- **Tercer Paso: Selección de los locutores**

“Los principales criterios que asumen los reclutadores al momento de elegir la voz son los siguientes: debe aparentar la edad buscada, resultar agradable al oído, cálida y sugerente, poseer cualidades de interpretación persuasiva, ser capaz de dirigirse al oyente de manera íntima y personal. No obstante, cabe suponer que tales criterios se verán condicionados por lo que se espera de una voz en la circunstancia concreta”. (www.locucion-audiovisual.blogspot.com).

- **Cuarto Paso: Contratación**

“Una vez realizado el casting y seleccionadas las voces que mejor se adaptan a la radio, se contactan. Si se cuenta con locutores principiantes, se les debe dar los consejos básicos para realizar una buena locución y comunicarles lo que se espera de ellos durante las transmisiones o grabaciones en la estación radial”. (www.locucion-audiovisual.blogspot.com).

3.5 Imagen y Presentación del Locutor en un Casting

Si bien es cierto que el éxito profesional está asociado a un sinnúmero de características y habilidades, también en un gran porcentaje se relaciona con la imagen y lo que ésta transmite.

“Cada día, el tema de la imagen cobra un papel crucial en los negocios y en los proyectos de vida. El interés por acudir a un profesional para moldear la apariencia ha crecido en los últimos años. Por ejemplo, los políticos prominentes para sus campañas realizan un cambio de imagen con el fin de alcanzar más votos; claro está, la apariencia externa siempre deberá ser congruente con lo que se lleva por dentro, pero es más fácil atraer a otros a través de la imagen exterior que de la interior. Una vez que se ha logrado captar esa atención será más sencillo exponer las capacidades que se poseen” (www.entrepreneur.com).

“Nadie puede evitar proyectar una imagen. La vestimenta y gestual, sea ejecutiva o casual, además de la comunicación no verbal habla por uno sin decir palabras. Refleja tu liderazgo, seguridad personal, experiencia, nivel educativo, cultura, capacidad, dónde deseas llegar así como tu autoestima” Martín (2017: p.07).

Rius (2012: p.01) en el libro “60 consejos prácticos para mejorar tu Imagen de Marca Personal” cita que: “Ya tienes una marca personal, aunque no seas consciente de ello. La gestión adecuada de tu propia marca es crucial para el éxito de tus relaciones y para la consecución de tus objetivos más ambiciosos; tanto en el ámbito personal como en el profesional. Gestionar la marca de uno mismo es relativamente sencillo si se conocen las técnicas básicas y se utilizan eficientemente las herramientas más adecuadas”.

En cuanto a la imagen del locutor, en épocas pasadas los radioescuchas casi nunca conocían al presentador de radio, sin embargo, con las nuevas tecnologías y nuevas plataformas, como las redes sociales, el locutor es reconocido; y por esto se debe tener una buena presentación e imagen tanto personal como profesional.

El locutor necesita crear su marca personal que lo represente y pueda “venderse” de manera profesional y adecuada. Para crear una marca personal el locutor no debe improvisar con su imagen personal; él debe conocer sus fortalezas y desventajas, respetar su esencia y saber que quiere representar a través de su imagen (confianza, seguridad, amabilidad).

Para crear la imagen o marca personal del locutor hay que conocer algunos aspectos que Martín (2017: p11) cita a continuación:

- **“La imagen externa:** aquello que se puede sobreponer a una persona como maquillaje, vestuario, peinado...
- **Expresión:** elementos utilizados para la transmisión de nuestra manera de ser”.

- **“Actitud:** es el nivel más profundo de una persona, forman parte de nuestro aprendizaje.
- **Aptitud:** el conjunto de todas las cualidades de la imagen externa, expresión y actitud” Martín (2017: p11).

Conociendo estos aspectos básicos el locutor podrá crear su marca personal, proyectando una imagen profesional al momento de presentarse en castings y dar una buena impresión al reclutador o al medio radial donde desee aspirar.

3.6 Aspectos básicos para realizar casting en radio musical

Antes de realizar un casting (audiciones) es necesario tener en cuenta ciertos aspectos básicos que ayudarán a desenvolverse mejor y tener un correcto desempeño en la prueba que se realizará. Es importante saber que el tiempo de las audiciones varía mucho depende de lo que esté buscando el medio al que se desea aspirar; incluso algunas pruebas suelen durar horas y varias sesiones de grabación.

“En estos castings, a diferencia de una entrevista de trabajo, no suelen preguntar por la trayectoria laboral, ni pedirán hoja de vida, ya que la experiencia se demuestra en las grabaciones. En cambio, hay otras cuestiones que tienen muy en cuenta como disponibilidad, lugar de residencia e incluso si se puede emitir una factura”. (www.lahabitacionconunacama.com).

- **Puntualidad:** “Llegar a la hora es una norma de educación básica en cualquier situación y mucho más si es por trabajo. Pero ser impuntual no sólo significa llegar con retraso, sino también demasiado pronto. En muchas ocasiones las personas que trabajan en el estudio y los clientes, si es que están presentes, tienen más tareas que las pruebas de voz (llamadas de teléfono, tiempos de descanso, reuniones para valorar los castings) por lo que es importante llegar a la hora indicada. Sin embargo, lo ideal es llegar

al casting cinco o diez minutos con antelación y al terminar el casting, que es exactamente cuando acaba la prueba de voz, no se debe quedar más tiempo, ya que también resulta molesto y repercutirá negativamente. Es importante que el aspirante también tenga en consideración factores externos como el tránsito o desperfectos del vehículo en el que se transporte para que pueda llegar a tiempo a la audición, además de recordar que el cliente no sólo valora la voz del locutor, también el comportamiento el cual influye en su decisión final en ser seleccionado”. (www.lahabitacionconunacama.com).

- **Alimentación adecuada:** “Nunca se debe ir en ayunas a un casting, ya que si el estómago hace ruidos por el hambre en medio de la grabación, el ruido se colará en el audio final porque los micrófonos lo recogen todo.

Como no se sabe con exactitud cuánto puede durar el casting, lo mejor es ser prevenidos, pero no quiere decir que se coma demasiado porque esto también puede afectar la calidad de la audición. Lo mejor es llevar una manzana y si se tiene hambre comerla antes de empezar, engañando al apetito y combatir de paso el exceso de salivación. Se debe evitar los lácteos porque aumentan la mucosidad y los dulces porque resecan las cuerdas vocales. Si se tiene sed, beber agua será la mejor opción para mantenerse hidratado” aconseja el sitio por internet (www.lahabitacionconunacama.com).

- **Imagen y Presentación:** Como se mencionó anteriormente, por el uso de las redes sociales, la imagen del locutor juega un papel muy importante en la actualidad permitiendo que los radioescuchas conozcan a la persona que está detrás del micrófono. En el caso de los castings los aspirantes deben proyectar seguridad, amabilidad y una impecable presentación porque no hay que olvidar que la forma de vestir dice mucho de la personalidad. Además, “cuando se va a un casting, el cliente quiere ver al aspirante en

persona. En el mundo actual el aspecto es fundamental y seguramente de este factor también dependerá en gran medida que se sea o no seleccionado. Una imagen pulcra siempre hará ganar muchos puntos” (www.meridiana-azafatas.com).

- **Informarse del Medio radial:** Informarse sobre la radio a donde se acudirá a hacer la audición es primordial. Investigar sobre el formato musical de la estación de radio, tipo de locución, contenido, redes sociales, número telefónico a cabina, muletillas o frases que identifican la marca serán puntos clave para desarrollarse de mejor manera en el casting.
- **Naturalidad:** Chávez Dávila (2013; p.04) explica que “Hablar con naturalidad se refiere colocar bien la voz aprovechando al máximo las condiciones fisiológicas del aparato de fonación. La naturalidad de la voz consiste en apoyarla en la caja torácica, respirando de manera que descienda el aire y salga con libertad para que produzca los sonidos con amplitud y en su mejor calidad. Se debe ser natural, el locutor debe ser el mismo, respetando las técnicas de locución y debe colocarse en el lugar del oyente preguntándose cómo le gustaría que se le hablara”.

“Cuando se presenta a un casting el aspirante también debe recordar que se debe hacer la prueba con naturalidad, sin fingir la voz ni la personalidad. No hay que olvidar que: si aceptan al aspirante en el medio radial, así deberá ser siempre, así que no se podrá mantener una personalidad que no se tiene” (www.rtveducacion.com).

CAPÍTULO 4

4. Opinión del autor de la monografía, reclutadores, locutores profesionales, catedráticos de locución y aspirantes en relación con las audiciones en radios musicales

En este capítulo se narra tanto la experiencia del autor de esta monografía, así como los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a reclutadores y aspirantes. Los nombres de las personas consultadas se encuentran detallados en el anexo 1.

4.1 Experiencia del Autor

A continuación se describen algunos consejos y recomendaciones del autor de esta investigación, para realizar un casting en una radio de formato musical.

4.1.1 Pasos previos antes de acudir a un casting en radio musical

- Escuchar la estación donde están solicitando locutores
- Estudiar el estilo de locución
- Identificar el grupo objetivo
- Tipo de música
- Chequear listas de top ten de canciones
- Conocer noticias de música y artistas
- Aprender el slogan de la radio
- Identificar las redes sociales de la radio
- Números de teléfono
- Nombre de locutores
- Nombre de los programas

Esto para formarse una idea y así hacer un borrador o una escaleta con sus ideas. También es importante leer algunas noticias recientes de farándula para que al momento de realizar el casting se tenga noción de lo que dirá frente al micrófono. En las audiciones que el investigador ha tenido la oportunidad de asistir han variado según la emisora.

En algunos castings se tiene un guion o escaleta preparada para que el aspirante cumpla con ciertos ítems al momento de grabar o realizar la audición.

Estas escaletas preestablecidas por los reclutadores incluyen la presentación de los datos del aspirante, presentación simulando estar en turno, noticia de farándula, noticia periodística, promoción publicitaria, enlaces y despedida del turno. Con estos datos el reclutador se dará una idea de la versatilidad, estilo y capacidades del locutor, por este motivo el escritor de esta investigación recomienda prepararse y practicar antes del casting para no quedarse callado en ningún momento del casting.

4.1.2 La imagen y presentación del locutor

El casting es una búsqueda laboral, por eso hay que estar debidamente preparado para afrontarla, tanto en lo técnico como en la presentación personal.

Es de gran importancia porque a través de ellas se crea un referente de la personalidad, además en algunas estaciones de radio antes de realizar el casting se captura una fotografía del aspirante. Lo anterior podría ser porque en la mayoría de las audiciones no están presentes los dueños o gerente general de la radio y estas personas son las que toman la decisión de si el aspirante cumple o no los requisitos para ser parte de la radio y por eso conocen a los aspirantes a través de las fotografías. Es aconsejable sonreír en dichas fotografías para destacar, mostrar personalidad y que se tiene buena actitud.

4.1.3 Puntualidad

El autor de esta investigación considera que la puntualidad es una característica fundamental para presentarse a la convocatoria de la estación radial; por lo tanto, el aspirante debe presentarse con antelación y haber ingerido alimentos de manera adecuada para que no interrumpa la concentración o el desempeño del aspirante.

4.1.4 Cuidado de la voz previo a realizar Casting

Hay aspectos previos que se deben considerar antes de presentarse a los castings, por ejemplo: no exponer la voz un día antes de la audición; es decir no gritar demasiado, tomar cosas muy frías o calientes e incluso salir de fiesta, ya que estas actividades pueden afectar la calidad de la audición. Otra cosa que se debe tener en cuenta es el dormir y descansar bien para presentarse a la convocatoria lo más tranquilo y relajado posible.

4.1.5 Qué hacer cuando se acude a la convocatoria de un Casting

El investigador de esta monografía recuerda que a los castings que ha asistido se ha enterado gracias a las redes sociales, ya que con la tecnología y estas herramientas de comunicación, las estaciones de radio pueden lanzar las convocatorias y así recibir más aspirantes con diferentes personalidades y estilos; Aunque también ha asistido a los casting gracias a que sus amigos y compañeros comparten la información. Por esta razón se recomienda que los aspirantes ingresen en grupos de locutores y castings en redes sociales para no perderse ninguna convocatoria y así poder acudir y aunque no sean seleccionados perder el miedo y adquirir experiencia, que con el paso del tiempo se va mejorando y se pierden los nervios.

4.1.6 Actitud previa y durante el Casting

Al momento de presentarse el casting el aspirante debe estar preparado y tener siempre a la mano lápiz y lapicero para marcar las intenciones, pausas e inflexiones si es el caso que se tenga un guion o escaleta proporcionado por los reclutadores; esto hará desenvolverse mejor y tener una idea de cómo se grabará ante el micrófono.

El investigador recomienda hacer la prueba sin fingir la voz ni personalidad; es decir mostrarse como se es realmente y ser lo más natural posible ya que eso hará que sobresalga el aspirante al tener un estilo único y propio. Al mismo tiempo cuando se hace la audición el aspirante debe ser audaz, creativo, sensible, profesional y sobre todo disfrutar el momento en la cabina para que el aspirante sea lo más animado y alegre al grabar. Tampoco se debe olvidar que una buena actitud influirá un gran porcentaje que el aspirante sea seleccionado y ser respetuoso, educado y mantener buenas relaciones interpersonales.

4.2 Opinión de reclutadores, locutores profesionales y catedráticos de locución en relación con las audiciones en radios musicales

Luego de conocer la experiencia del autor de esta investigación se procede a describir las experiencias, conocimientos y consejos de los reclutadores, locutores profesionales y catedráticos de locución en relación con las audiciones en radios musicales. Para presentar la opinión de los mismos se detalla un consolidado de sus respuestas.

Los expertos opinan que lo primero que se debe tomar en cuenta es el por qué se quiere ser locutor. Ellos mencionan que se debe olvidar los aspectos superficiales como “ser famoso”, por dinero o por conocer a los artistas; un locutor debe estar consciente de que formar parte de una radio es una responsabilidad mayor; junto con esta responsabilidad, los expertos opinan que los aspirantes deben instruirse,

estudiar y conocer generalidades de la radio y la locución que se aprenden y conocen al estudiar una carrera relacionada con la comunicación.

Actualmente existen muchos locutores que se formaron de manera empírica, sin embargo, los avances tecnológicos y el mundo tan cambiante, repleto de tecnología se hace indispensable la preparación académica, no sólo en la comunicación, sino en todas las profesiones. Además la preparación académica permite el desarrollo cultural e intelectual para poder presentar contenidos en la radio que permitan que la audiencia aprenda y crezca, ya que la radio no se trata solamente entretener, sino informar y educar. Los catedráticos entrevistados coinciden que la preparación académica es indispensable ya que la mayoría de los medios radiales de comunicación, sin importar el formato, solicitan locutores capacitados para darle otro “nivel” al medio de comunicación.

Los profesionales entrevistados opinan que además de la preparación académica para ser mejor profesional la educación también sirve para aspirar a un mejor cargo de desempeño dentro del medio; muchas veces este aspecto es tomado en cuenta para que el locutor o locutora logre la superación profesional y laboral.

Otro aspecto que resaltan los expertos, que deber ser indispensable para los locutores, es tener buena actitud; es decir tener buenas relaciones interpersonales. Cualidades como respeto, humildad y amabilidad son aspectos que los expertos destacan para ser parte de la radio con el fin de sobresalir en los medios de comunicación y en este caso en la radio específicamente.

Al momento de presentarse a un casting, los aspirantes, deberán tomar en cuenta aspectos básicos como la presentación personal. Es una característica que como ya se mencionó antes, es de vital importancia para formar parte de la radio y aunque sea un medio puramente auditivo, cuando se realizan activaciones o se presentan los locutores en redes sociales la audiencia conoce a los comunicadores y aún en la actualidad la primera impresión sigue siendo

fundamental para que se forme un concepto bueno o malo de cada persona; y en un casting se debe dejar la mejor impresión para que aumenten las posibilidades de ser elegido para formar parte del medio radial. Por esta razón, los entrevistados coinciden en que al momento de presentarse a los castings se debe ir presentable, pero sin perder la comodidad y sobre todo proyectar seguridad en sí mismo.

Los especialistas en la locución también resaltan que la alimentación influye mucho en el desenvolvimiento en las audiciones, porque si no se come antes del casting los ruidos estomacales se filtrarán en la grabación interfiriendo tanto en la calidad del sonido como de la concentración del aspirante. Por otro lado, si se come demasiado también afectará porque se produce el proceso de digestión y si se consume comida de alto contenido de carbohidratos aumentan los niveles de melatonina en el cerebro, lo que hace sentir sueño. Por eso los expertos recomiendan comer una hora o dos antes de realizar el casting para que la alimentación o falta de ella no perjudique el desempeño del aspirante. Otra cosa que los expertos recomiendan es no beber lácteos, estos generan flema y salivación en exceso, tomar agua natural siempre será la mejor opción para hidratarse y evitar problemas al momento de realizar la prueba.

Actualmente, en la mayoría de estaciones radiales, se ha eliminado el estereotipo de locutores o locutoras; por lo que ya no se seleccionan voces muy graves o profundas. Cada vez más se buscan voces naturales con estilo y personalidad propia que puedan hacer “clic” con la audiencia. Así que los expertos recomiendan siempre ser lo más natural posible en una audición y olvidarse de las voces impostadas, engoladas y mecanizadas.

Otras características que debe tener el locutor, según los expertos son: manejo de la voz, carisma, cultura general, creatividad, conocimientos sobre el medio al que pertenece o desea pertenecer, seguridad, originalidad, fluidez, versatilidad, carisma, buen humor, alegría, espontaneidad e improvisación para “nunca quedarse callado” ante el micrófono.

Ya se ha hablado sobre características, cualidades y preparación que debe poseer el aspirante al hacer un casting, además, es importante conocer cómo se hacen las convocatorias para dichas audiciones. Los profesionales dicen que en su mayoría se hacen a través de las redes sociales de la radio, con spots o promocionales al aire y por supuesto la comunicación informal; es decir de “boca en boca”. Incluso muchos de los entrevistados dijeron que así es como ellos han acudido a estos castings donde las experiencias varían mucho depende del medio radial, capacidades y experiencias de cada locutor.

Muchas de estas audiciones se hacen solamente para medir el nivel de audiencia de la radio, aunque no se selecciona a nadie es bueno que los aspirantes acudan para obtener experiencia y cada casting al que se acude se mejora hasta llegar a la excelencia. Los expertos recomiendan que incluso se prepare un demo de locución para reconocer las capacidades de los aspirantes, luego enviarlo o presentarlo en las estaciones de radio, aunque no se haya lanzado convocatorias.

Los entrevistados también mencionan que muchas veces se hace casting para cierta radio; pero los evaluadores pueden ubicarlos en otras radios de la misma corporación según las capacidades y perfil de los aspirantes, por lo que no es bueno “encasillarse” en un solo estilo de locución; es decir se debe poseer versatilidad al momento de hablar ante un micrófono.

Conociendo cómo se hacen los llamados a los aspirantes a formar parte de las diferentes estaciones de radio, se procede a mencionar el procedimiento que se realiza en estos castings. Generalmente en las audiciones de las radios musicales al momento de grabar se les pide a los aspirantes que se presenten mencionando su nombre completo, correo electrónico y número de teléfono. Luego se procede a una presentación simulando un turno radial de esa emisora, presentar alguna canción al formato musical al que pertenezca, comentar alguna noticia que en su mayoría es de farándula, sin embargo, también se pide que graben una noticia informativa, deportiva o cultural para medir las diferentes intenciones del locutor.

Otras pruebas que se realizan es crear una dinámica promocional para la estación de radio, leer menciones publicitarias, enlaces a cabina y mencionar vías de comunicación de la radio y para finalizar la audición se pide que despidan el turno. Teniendo en cuenta estos aspectos, los expertos aconsejan practicar en casa ejercicios de improvisación, grabar y escucharse para detectar capacidades, virtudes, defectos de uno mismo y así poder enmendarlos.

Como han mencionado los expertos una buena actitud puede hacer la diferencia al momento de presentarse a un casting; por este motivo los profesionales sugieren afrontar las audiciones con positivismo, olvidándose de los nervios y creerse capaces de pertenecer al medio radial al que se aspira. También mencionan que los “bloqueos mentales” se deben suprimir para realizar el casting con seguridad y demostrar las capacidades. También recomiendan que se debe tener capacidad para aceptar críticas constructivas, esforzarse por cumplir las metas, aprovechar las oportunidades, practicar, educarse, leer para poseer muchos conocimientos y ampliar el vocabulario, ser auténtico sin cambiar la voz o personalidad y no desanimarse si no son seleccionados porque muchas veces cuando no se seleccionan no significa que no se posea el talento o la capacidad, sino que los reclutadores ya tienen un perfil establecido para contratar a los locutores para la estación, sin embargo, como se mencionó antes, si se posee versatilidad puede que se seleccione al aspirante para otra estación de la misma corporación radial a la que se acudió a la audición.

Los expertos mencionan tres etapas en el proceso de casting, los cuales son:

- Evaluación de requisitos.
- Evaluación de antecedentes valorados en Formación y Experiencia.
- Evaluación de Competencias por el Comité Seleccionador.

Con estas etapas el aspirante sabrá cómo afrontar un casting con la mejor actitud y desenvolverse de manera profesional para ser seleccionado por las estaciones de radio que buscan locutores.

4.3 Opinión de los Aspirantes

Después de conocer las experiencias de reclutadores, locutores profesionales y catedráticos de locución, en relación con las audiciones en radios musicales; se efectuaron entrevistas a los aspirantes a que han realizado castings para formar parte de un medio de comunicación radial de formato musical y así conocer sus experiencias. A continuación, se presenta un consolidado de las respuestas obtenidas.

Muchos de las personas que aspiran a formar parte de una radio no tienen necesariamente estudios relacionados con la comunicación, debido a esto, es que hay muchos locutores que no tienen una carrera o estudios a fin; sin embargo, la naturalidad, desenvolvimiento y la propia personalidad definen si se forma parte de este medio de comunicación. La mayoría de los entrevistados para esta investigación si cuentan con estudios relacionados con la comunicación, por este motivo su factor determinante para realizar audiciones es que quieren desempeñarse en medios de comunicación. En contraste con lo anterior, los aspirantes que no tienen carrera a fin afirman que ha sido una meta o “sueño” estar en una estación de radio musical.

Las redes sociales de los medios de comunicación actualmente cumplen un papel primordial para obtener respuestas de sus seguidores, se ve reflejado cuando hacen convocatorias de castings y esto se ve evidenciado en las respuestas de los aspirantes ya que la mayoría de ellos se han enterado de dichas convocatorias por medio de las redes sociales. Otros aspirantes también mencionan que se han enterado de los anuncios de castings por medio de afiches, por la misma estación de radio y algunos otros por contactos de personas que trabajan en las estaciones

de radio. Los aspirantes opinan que un factor indispensable para realizar un casting es escuchar la estación de radio al que se desee aspirar y no es recomendable llegar a una radio sin saber qué es lo que programan, tipo de música o tipo de locución, el locutor se hace a la radio por lo que se debe ofrecer algo que se acople al estilo de la estación de radio donde se hará el casting.

Cuando se decide ir a un casting se debe tomar en cuenta la presentación personal, los aspirantes opinan con base a su experiencia que se debe presentar a la prueba con ropa cómoda y que refleje su propia personalidad sin olvidar que se debe tener una imagen impecable y en el caso de las mujeres ir con maquillaje natural.

Los aspirantes comentan que lo más difícil de realizar un casting es atreverse y controlar los nervios, ya que por estas dos razones perciben que han fallado en las audiciones, sin embargo, afirman que es un aprendizaje continuo y que los castings complicados son los primeros porque no se tiene esa experiencia y se presentan a castings sin idea de lo que enfrentarán.

Las audiciones, como ya se mencionó al principio de este capítulo, suelen tener lineamientos similares en las distintas estaciones de radio. Los aspirantes mencionan que las pruebas consisten en simular un turno de radio con bienvenida al programa, presentar alguna nota de farándula y temas musicales además de la despedida del programa; adicional a esto se pide que realicen algunas menciones publicitarias, simulación de enlaces en la unidad móvil, promociones y en raras ocasiones contar chistes e interpretar una canción.

Los aspirantes recomiendan que cuando se realiza el casting deben presentarse de manera adecuada, con puntualidad, dispuesto a prestar atención en las indicaciones del reclutador, con actitud amigable, además del deseo de formar parte del medio de comunicación donde se realizará la audición. Otra característica en la que coinciden los aspirantes entrevistados es sobre la

personalidad, ellos aseguran que el éxito del casting depende mucho en la propia personalidad y naturalidad de los aspirantes al momento de realizar la audición; por lo que no hay que olvidar mostrarse tal cual se es, sin fingir la voz o imitar a otras personas y recordar el practicar antes de presentarse al casting intervenciones de locutores, ejercicios de dicción y relajación, esto último para controlar o evitar los nervios.

CONCLUSIONES

1. Los aspectos generales que se necesitan para realizar un casting (audiciones) para una radio musical por parte de los aspirantes es que exista una convocatoria y a la vez determinar qué tipo de audición se realizará (presencial o digital).
2. Los aspectos a cuidar para llevar a cabo un proceso de casting (audición) son: puntualidad, imagen, presentación del aspirante, informarse del medio radial, naturalidad, entonación, improvisación destreza y técnicas propias de la locución.
3. El aspirante debe conocer el grupo objetivo, género musical, nombre de locutores y programas, identificar la radio con su nombre y slogan, entre otros al acudir a un casting para no quedarse callado en ningún momento cuando se realiza la prueba.
4. Las convocatorias para formar parte de una radio se hacen a través de publicaciones en redes sociales, medios escritos e incluso por promocionales en radio y televisión.
5. La alimentación previa a realizar un casting es primordial para el buen desempeño de este; por lo tanto, no se debe comer demasiado o no comer.
6. Los aspectos fundamentales que solicitan los reclutadores a los aspirantes son: manejo adecuado de la voz, puntualidad, buena presentación personal, actitud proactiva y naturalidad.
7. El demo de locución funciona como la tarjeta de presentación de los locutores, y es una manera para destacar de otros aspirantes mostrando habilidades y aptitudes.
8. El aspirante debe hacer la audición con naturalidad, sin fingir la voz ni la personalidad. Además, la actitud del aspirante influye a que sea seleccionado en el casting, por lo que no se debe olvidar ser amable, respetuoso y puntual.

RECOMENDACIONES

A los estudiantes de locución:

- Identificar sus fortalezas para perfeccionarlas, así como sus debilidades para eliminarlas o disminuirlas con el fin de destacarse y lograr una mejor profesionalización.
- Informarse sobre los formatos de radio; así como los diferentes medios radiales para conocer los tipos de locución que existen.
- Estar pendientes de los medios de comunicación en general y unirse a grupos y páginas de locutores en redes sociales con el fin de conocer las convocatorias de castings para asistir.
- Practicar diferentes tipos de locución y así identificar y determinar cuáles de estos se adecuan más a su estilo y habilidades.

A la coordinación de locución profesional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala:

- Instruir a los estudiantes de Locución Profesional sobre lineamientos para realizar castings en los medios radiales de comunicación.
- Impartir charlas motivacionales con profesionales de la locución para conocer la experiencia y vivencias de la locución en una radio musical además de proporcionar aspectos sobre las audiciones que realizan los medios radiales de comunicación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 Ballesteros López, Tito. 2007. La radio, un medio para la imaginación. Colombia. s.e.
- 2 Chávez Dávila, José Gregorio. 2013. Experiencias del locutor en cabina. Tesis Licenciatura en Ciencias de Comunicación, Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- 3 Corado Godoy, Mauricio. 2011. Los locutores (as) destacados en la locución guatemalteca, sus técnicas y protagonismo en los últimos diez años (2001 - 2010). Tesis Licenciatura en Ciencias de Comunicación, Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- 4 Domínguez Goya, Emelia. 2012. Medios de Comunicación Masiva. México: Editorial Red Tercer Milenio.
- 5 Enciclopedia Nueva Temática Rezza. 2000. Tomo VII. Música y Creatividad. España: Editorial Rezza Editores.
- 6 Escalante O., Marco Vinicio. 1986. Comunicación radiofónica. Ecuador: Editorial Belén.
- 7 Gonzáles Campo 1967. Fiesta de Remembranzas. Guatemala: Tipografía Nacional de Guatemala.
- 8 Martín, Raquel. 2017. ¿Cómo transmitir una excelente imagen profesional al buscar trabajo? Estrategias de imagen profesional dentro de la empresa. España. s.e.

- 9 Moreno, Elsa. 1999. La radio de formato musical: concepto y elementos fundamentales. Tesis Doctoral en Comunicación Social. Facultad en Ciencias de la Comunicación, España: Universidad de Navarra.
- 10 Rius, Myriam. 2012. 60 consejos prácticos para mejorar tu Imagen de Marca Personal. México: s.e.
- 11 Robbins, S.P. 1998. Comportamiento Organizacional. 8ª ed. México: Editorial Prentice Hall.
- 12 Rodríguez, Laura. 2011. Ponele Onda: herramientas para producir radio con jóvenes. Buenos Aires, Argentina: Ediciones la Tribu.
- 13 Periodismo Digital. Características y funciones de la Radio. 2010. Alemania. Universidad Católica de Eichstaett-Ingolstadt.
- 14 Valdizon Catalán, Byron. 1988. La Historia de la locución radiofónica en Guatemala. Proyecto de EPS Licenciatura en Ciencias de Comunicación, Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.

E- GRAFÍAS

- 1 Características de un buen locutor. México. Fecha y hora de consulta: enero de 2018 10:30 horas en <http://www.audioexpertos.com>.
- 2 Cinco consejos para presentarte a un casting de voz. España. Fecha y hora de consulta: enero de 2018 11:00 horas en <http://lahabitacionconunacama.com>.
- 3 Cómo hacer el casting para escoger los locutores. 2012. Costa Rica. Fecha y hora de consulta: enero de 2018 10:00 horas en <http://locucion-audiovisual.blogspot.com>
- 4 Cómo hacer un demo radial y no morir en el intento. 2016. Venezuela. Fecha y hora de consulta: enero de 2018 17:00 horas en <https://qumeradigital.wordpress.com>.
- 5 Comunicación/Locutor. Fecha y hora de consulta: enero de 2018 13:00 horas en <http://www.definicionabc.com>.
- 6 Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. Definiciones. España. Fecha y hora de consulta: enero de 2018 18:00 horas en www.del.rae.es.
- 7 Improvisación para Radio y Televisión. Colombia. Fecha y hora de consulta: enero de 2018 10:00 horas en <http://www.vocesconsultores.com>.
- 8 Jiménez, Isabel Jover. Gestipolis. 2009. Teoría de la motivación y la comunicación en la empresa. Colombia. Fecha y hora de consulta: enero de 2018 13:00 horas en <https://www.gestipolis.com>.
- 9 Las Cualidades del Locutor de Radio. 2016. México. Fecha y hora de consulta: enero de 2018 17:00 horas en <http://voxlocutores.com>.

- 10 Lo que debes saber al asistir a un casting. México. Fecha y hora de consulta: enero de 2018 11:00 horas en <http://www.rtveducacion.com>.
- 11 Los 10 consejos para presentarte a un casting de azafatas de alta imagen. España. Fecha y hora de consulta: enero de 2018 10:00 horas en <http://www.meridiana-azafatas.com>.
- 12 Los 10 mandamientos de la imagen personal. México. Fecha y hora de consulta: enero de 2018 15:00 horas en <https://www.entrepreneur.com>.
- 13 Tipos de locución – ¿Cuántos tipos de locución existen? México. Fecha y hora de consulta: enero de 2018 10:00 horas en <http://audiomarketing.com.mx>.

ANEXOS

ANEXO 1

- **Comunicadores destacados con trayectoria**

Nombre del Entrevistado	Puesto que desempeña	Fecha de entrevista
Irungaray, Cristian	Jefe de Producción - Radio Grupo Alius S. A.	13.05.2018
Ramírez Guerrero, Juan Carlos	Productor - Soy 502	14.05.2018
De León Villeda, David	Vocero - CONRED	14.05.2018
Ovando, Emily	Locutora y Representante de Artistas	14.05.2018
Torres, Marisol	Presentadora y Locutora – Canal Plus	16.05.2018
Monzón, Juan Carlos	Voz en off - Notisiete	17.05.2018
Jiménez, Berne	Director de Producción y Logística – Noticiero de la Presidencia de Guatemala	17.05.2018
Mendoza, Tita	Locutora – Grupo Emisoras Unidas S. A.	21.05.2018
Cobar, Cristina	Locutora – Radio 94.9 fm	22.05.2018
López, Merlin	Locutora - Mia 93.7 fm	22.05.2018
Mux, María Antonieta	Locutora en Globo 98.9 fm - Voz Institucional en Ilumina 98.1 fm	22.05.2018
Torres Urbizo, Marisol	Productora de Globo 98.9 fm y Mia 93.7 fm	22.05.2018

- **Locutores de Radio Musical**

Nombre del Entrevistado	Puesto que desempeña	Fecha de entrevista
Rezzio, Elisa	Locutora – Ke buena 91.3 FM	12.03.2017
Flores, Sergio	Locutor – Radio Mia 93.7 FM	16.03.2017
Cruz, Luis Alfonso	Locutor – La Grande 99.3 FM	16.03.2017
Barillas, Juan Carlos	Locutor – Más Música 92.5 FM	17.03.2017
Gálvez, Wendy	Locutora – Radio Disney 92.9 FM	17.03.2017
Ramírez, Edwin	Locutor – Exa Guatemala 101.7 FM	18.03.2017
Jiménez, Lidia	Locutora – Radio Viva 95.3 FM	20.03.2017
Aquino, Víctor	Locutor y Operador – La Marca 94.1 FM	27.04.2017
Castillo, Carol	Locutora – Radio Mia 93.7 FM / Fama 102.5 FM	05.05.2017
García, Alexis	Locutor – Atmósfera 96.5 FM	16.06.2017
Solís, Diana	Locutora – Sónica 106.9 FM	19.01.2018

- **Directores/Reclutadores en Radio Musical**

Nombre del Entrevistado	Puesto que desempeña	Fecha de entrevista
Esquivel, Luisa Fernanda	Locutora y directora – Radio Viva 95.3 FM	13.03.2017
Domínguez, Marleny	Locutora y directora – Ke Buena 91.3 FM	14.03.2017
Dávila, Christian	Locutor y productor – Radio Punto 90.5 FM y Plus 102.1 FM / Reclutador de Exa Guatemala 101.7 FM	27.05.2017

- **Catedráticos de Locución Profesional - USAC**

Nombre del Entrevistado	Puesto que desempeña	Fecha de entrevista
García, Mónica	Locutora Profesional/ Licenciada en Ciencias de la Comunicación/ Maestría en Comunicación para el Desarrollo	26.01.2018
Zúñiga, Rony	Locutor Profesional/ Lic. En ciencias de la Comunicación/ Maestría en Comunicación para el Desarrollo.	29.01.2018

- **Aspirantes de Radio Musical**

Nombre del Entrevistado	Estudios	Fecha de entrevista
Cetino, Yamileth	Locución Profesional	18.01.2018
Chacón, Carolina	Técnico en Locución Profesional – Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	18.01.2018
Molina, Melissa	Técnico en Locución Profesional – Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	18.01.2018
Osorio, Sergio	Técnico en Locución Profesional – Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	18.01.2018
Reyna, Melany	Bachiller en Ciencias de la Comunicación – Publicidad Profesional	18.01.2018
Siebenhor, Carmina	Técnico en Locución Profesional – Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	18.01.2018
Castro, Celeste	Técnico en Locución Profesional – Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	19.01.2018
Ávalos, Flor	Perito en Dibujo en Construcción y Bachiller Industrial	19.01.2018
Domínguez, Ángel	Bachiller en Ciencias de la Comunicación - Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	19.01.2018
Jiménez, Johanna	Bachiller en Ciencias de la Comunicación	19.01.2018
Monterroso, Steffi	Técnico en Locución Profesional – Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	19.01.2018

ANEXO 2



***** Entrevista para Expertos Destacados*****
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Monografía de compilación:
“Procedimientos para realizar casting (audiciones)
en una radio musical”



Solicito se responda cada una de las preguntas, agradeciendo su colaboración.

Nombre:

Medio de Comunicación al que pertenece:

Puesto que desempeña en dicho medio:

Tiempo de laborar en dicho medio:

1. ¿Usted ha asistido a audiciones? De ser su respuesta positiva favor de comentar su experiencia y cuál fue el proceso que realizó.
2. ¿Ha tenido usted la oportunidad de supervisar o realizar audiciones? De ser su respuesta positiva favor comentar qué se busca en los aspirantes para formar parte del medio de comunicación al que pertenece.
3. ¿recuerda cuando surge la modalidad de hacer audiciones para los medios radiales de comunicación?
4. ¿Cómo era el proceso de las audiciones en épocas pasadas?
5. ¿Cuándo se comenzaron a hacer audiciones al público en general?
6. ¿Cómo se lanzaban las convocatorias para realizar audiciones?
7. ¿Cuáles cree usted que son las diferencias entre las audiciones en épocas pasadas en comparación con la actualidad?
8. ¿Cómo considera usted que han evolucionado las audiciones con el paso del tiempo?
9. Anécdota con relación a las audiciones que quisiera comentar:

ANEXO 3



*** * * Entrevista para los Expertos* * ***
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Monografía de compilación:
“Procedimientos para realizar casting (audiciones)
en una radio musical”



Solicito se responda cada una de las preguntas, agradeciendo su colaboración.

Nombre:

Medio Radial al que pertenece:

Puesto que desempeña en dicho medio:

Tiempo de laborar en dicho medio:

10. ¿Cuáles son sus estudios académicos?
11. ¿En qué otros medios radiales ha trabajado?
12. ¿Cómo se enteró del casting o castings a los que ha asistido?
13. ¿Cómo se preparó para el o los castings a los que ha asistido?
14. ¿Cuál fue su experiencia de dichos castings?
15. ¿Qué le pidieron hacer en el proceso de casting?
16. ¿Cuál es el perfil de locutor que busca el medio radial al que pertenece?
17. Según su criterio ¿Qué debes preparar para realizar un casting?
18. Según su criterio ¿Qué cualidades debe poseer un locutor?
19. Según su criterio ¿Cómo debe presentarse el/la aspirante al casting?
20. Según su criterio ¿Es necesaria la preparación académica para ser parte de un medio radial?
21. Consejo para presentar un buen casting:

ANEXO 4



***** Entrevista para Aspirantes*****
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Monografía de compilación:
"Procedimientos para realizar casting (audiciones)
en una radio musical"



Solicito se responda cada una de las preguntas, agradeciendo su colaboración.

Nombre:

Edad:

1. ¿Cuáles son sus estudios académicos?
2. ¿En qué medios radiales ha hecho casting?
3. ¿Cómo se enteró del casting o castings a los que ha asistido?
4. ¿Qué lo(a) determinó para asistir al casting o castings?
5. ¿Cuál ha sido su experiencia en dicho casting o castings?
6. ¿Cómo se preparó para el o los castings a los que ha asistido?
7. ¿Qué le pidieron hacer en el proceso de casting?
8. ¿Escuchaba la radio para la cual hizo casting?
9. En cuanto a presentación personal ¿Cómo se presentó al casting?
10. Consejo para presentar un buen casting: